كتابك

٥٨

د. عبد العزيز شرف

الإعلام ولغة الحضارة

دار المعارف

هــذا الكتاب

تطور الإعلام الحديث تطوراً ملحوظاً فى وسائله ومضامينه نتيجة للتقدم التكنولوجى فى فنون الاتصالات وفنون الطباعة .

ويرتبط هذا التقدم باللغة كأداة اتصال جماهيرى لها تأثيرها الخطير فى المجتمعات الحديثة . . فهى تحمل الرسالة الإعلامية . . وتدخل العقل والقلب . . عن طريق الحواس المختلفة .

وهذا الكتاب يوضح العلاقة الوطيدة بين اللغة الحديثة والإعلام الحديث . ويطرح قانونين مؤداهما : أن « وسائل الإعلام امتدادات لغوية » وأن « اللغة هى الوسيلة » .

كتابك ٥٨

رئيس التحرير أنيس منصور

د. عبد العزيز شرف

الإعلام ولغة الحضارة

دار المعارف

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

مقدمة

يشهد عالم اليوم اهتماماً متزايداً بالإعلام ووسائله ، وإيماناً صادقاً برسالته وأهدافه ، ذلك أن الإعلام فى العالم الحديث يتطور تطوراً مذهلاً ، نتيجة للتقدم التكنولوجى فى فنون الاتصالات وعلوم الإلكترونات وفنون الطباعة . . وفى الوقت الحالى تعد الدول العربية نفسها لتواكب هذا التقدم الإعلامى بإطلاق قمر صناعى عربى ، يقوم بالربط التليفزيونى والإذاعى لاستخدامه فى الأغراض الثقافية والإعلامية .

وهذا التطور المذهل فى ميدان الإعلام إن هو إلا امتداد للانتصارات التى حققتها اللغة فى سبيل تحقيق اتصال جماهيرى على امتداد واسع ، فأصبحت اللغة فى ظل الإعلام ذات سلطان ، لما لها من تأثير على تفكير الأفراد والجماعات وعلى شعورهم وسلوكهم ، ولذلك فإننا ننظر للانتصار الإعلامى الحضارى على قيود البث ، على أنه يفرض بالدرجة الأولى على وسائل الإعلام الارتقاء بمستوى اللغة العربية ، والتى عاشت ككل لغة إنسانية مراحل التطور البشرى ، منذ انبثاق الحياة الإنسانية وتعاملها

بالكلمة المنطوقة ، ثم المدونة أو المكتوبة ، ثم مرحلة الطباعة ، إلى أن شهدت اليوم مرحلة الإذاعة وثورة الاتصالات الإعلامية .

وتأسيساً على هذا الفهم ، نطرح فى الصفحات التالية اختباراً للبحث فيما يتعلق بأثر هذه المرحلة الإعلامية على الوطن العربى من جهة ، وعلى اللغة العربية الفصحى من جهة أخرى . .

وإذا كانت « الرسالة هى الوسيلة » كما يذهب إلى ذلك عالم الإعلام الكبير مارشال ماكلوهان ، فإن الناس يتأثرون تأثراً لا شعوريًّا بوسائل الإعلام ، ولا يلبث هذا التأثر أن يصبح السر الحقيقى الكامن وراء السلوك الإنسانى . . وحين نذهب فى الدراسات الإعلامية إلى ذلك ، فإننا نجد تأييداً من أصحاب النظرية اللغوية ، حين يذهبون إلى أن البناء اللغوى لإحدى اللغات ، التى ينشأ عليها الناس ويلقنونها من أمهاتهم وآبائهم ، يخلق لديهم كذلك بناءً فكرياً وسلوكيا بذاته . . وكان من رأيهم أن اللغة إنما هى « عالم لغوى وسط » يقوم بين العالم الموضوعى وبين الناس ، ويتربى عليه الفرد فى أثناء تعلمه لغة الأم . أى أن اللغة هى التى تحدد للأفراد والجماعات طريقة رؤيتهم للعالم وتجربتهم له ، كما تحدد موقفهم منه وأسلوب تعاملهم معه .

وأيًّا كان أمر هذه النظرية ، فإن اللغة مكتوبة ومنطوقة ، قد أصبحت فى عصر ثورة الاتصالات الإلكترونية ، أبرز ملامح العصر الذى نسميه عصر الوسائل الجماهيرية الحديثة ، حيث بلغ التواصل بين الناس أقصى

مداه وأضخم أبعاده ، فانضمت السينما وكذلك الراديو والتليفزيون إلى الوسائل المطبوعة لنشر الأخبار والأفكار والإمتاع ، إلى ما قدمته ثورة الاتصالات من أنواع من الاتصال الإقناعى ، بحيث يمكن **تعريف الإعلام بطريقتين** : الاتصال عن طريق الوسائل ، والاتصال بالجماهير ، ومع ذلك فالإعلام لايعنى الاتصال بكل شخص . فالوسائل تنحو نحو اختيار جماهيرها ، كما أن الجماهير تختار من بين الوسائل .

ولذلك فقد كان من الطبيعى أن نسعى فى بحثنا الفائز بجائزة اليونسكو العربية ، إلى تحديد معالم «**علم الإعلام اللغوى**» الذى يرتكز على كل ماكانت تقول به علوم النفس والاجتماع ونظرية المعرفة عن قوة تأثير الكلمة ، وبتوفر لغوياً على البحث فى قوة الكلمة ومدى تأثيرها الإعلامى .

وليست هذه السطور إلا إضافة يسيرة إلى جهود سابقة لأساتذة جيلنا ، ممن اشتغلوا بالدراسات اللغوية ، وتركوا لنا ثمار جهودهم مناراً على الطريق . وهذا الموضوع الذى عنيت به فصول هذا البحث ، إنما هو من حيث صلة اللغة العربية بثورة الإعلام والحضارة ، والتعرض للقضايا اللغوية التى تواجه الإعلام العربى المعاصر .

والبحث بذلك نحو جديد من أنحاء الدراسة اللغوية الإعلامية ، يراد به شق طريقه أولا ، ثم تأصيل هذا الطريق بعد ، فى سبيل استكمال دراسة لغة الإعلام المعاصرة والإحاطة بها ، والوقوف عند كل جزئياتها

وكلياتها . ولذلك حاولنا الكشف عن مزايا الفن والتعبير الإعلامى فى لغة الضاد ، لأنها فى مبدأ الأمر بحوث دعت إليها المناقشة فى موضوع الإعلام وتطوره أو تطور قواعده ، ومستقبله فى العالم العربى .

ولغة الإعلام هى لغة الحضارة ، بمعنى أنها قاسم مشترك أعظم فى كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب ، وقد كان طبيعياً أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا اللغة العربية حضارياً ، ويحقق التحول العظيم بتضييق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتابة ، ويفتح الطريق أمام اللغة الفصحى لتتسرب فى كل مكان ، وليكون لها فى التعبير الإعلامى سلطان .

وبعد . . فنرجو أن نكون قد وفقنا فى شق هذا الطريق ، فجل من لا يخطئ تحيزاً أو قصوراً فى عالم البشر ،

د . عبد العزيز شرف

الفصل الأول

اللغة فى نظرية الإعلام

إن موضوع العلاقة بين اللغة والتعبير الإعلامى يتطلب نوعاً من الاتفاق حول المصطلحات الأساسية ، ذلك أن رقعة الخلاف قد اتسعت بين الدلالة المعاصرة وبين الدلالة القاموسية القديمة ، ومن أبرز الشواهد على ذلك مصطلح « اللغة » ، على حد تعبير أستاذنا الدكتور عبد الحميد يونس ؛ فنحن جميعاً نتفق اليوم على أن هذا المصطلح إنما يعنى ، فى المقام الأول ، أهم وسيلة من وسائل الاتصال بين الناس ، وهى « اللسان » ، ومع ذلك فإن اللغة كانت عند الأقدمين ترادف ما نستعمله الآن من مصطلح « اللهجة » ، فاللسان العربى هو اللغة العربية بالمفهوم المتسع ، وقد تبلبل هذا اللسان فاستوعب لهجات مختلفة عرفت كل واحدة منها بأنها لغة ، كأن يقال « لغة مضر » أو « لغة تميم » ، أما الآن فإننا نقول اللغة الإنجليزية أو اللغة العربية ، ويعنى الدكتور يونس بذلك الكيان اللغوى لكل أمة من هذه الأمم على اختلاف اللهجات فى التلفظ والدلالة جميعاً .

وإذا كان المعنى الخاص قد غلب على المعنى العام فيما يتصل بمصطلح

اللغة ، فإن التعبير الإعلامى ، وهو أضيق فى الدلالة من اللغة ، يتطلب منا أن نستشف علاقة اللغة بوسيلة الإعلام ، وهنا نذكر قول «هوبز» الفيلسوف الإنجليزى : «مثل الكلمات بالنسبة للعقلاء كمثل محل دفع النقود،فإنهم لا يفعلون أكثر من تقديرها وعدها – ولكنها بالنسبة للبلهاء النقود نفسها» .

ذلك أن اللغة نسق من الإشارات موجود فى أى مجتمع ومن أجل هذا المجتمع ، فهى من أهم وسائل الاتصال ، ولذلك يجب أن نعرف كيف نعالجها وكيف نستخدمها فى وسائل الإعلام من خلال فهمنا لبنائها المعقد ، فليست الكلمات – وهى أصغر وحدات اللغة – أشياء غامضة خفية تحيط بها الأسرار والألغاز ، وإنما هى أحداث فى الزمان والمكان ، أو كما يقول «ليونيل روبى» فإن لها بعداً مادياً ، كما أنها ترمز إلى معان . فكأشياء مادية : اللغة تقال وتكتب ، والكلمة المجهورة تسبق الكلمة المدونة لأن الناس تكلموا قبل أن يكتبوا .

«والكلمة المجهورة كشىء مادى هى صوت أو جرس أو جلبة تحدث بوساطة اهتزازات عضلات زورك ، وحركة هذه العضلات تحدث ذبذبات فى الهواء داخل فمك ، وهذه الحركات تحدث اهتزازات فى الهواء المحيط بك ماراً خلال المنطقة التى تتحدث فيها – وهذه الذبذبات فى الهواء المحيط ترتطم بطبلتى أذن الشخص الذى تتحدث إليه فتحدث حركات فى جهازه العصبى ومخه ، وعندئذ يسمع كلماتك» . وهنا يحدثنا

« روبى » ساخراً من ذلك الكذوب المحتال البارون فون مونشهاوزن الشهير ؛ عن أسطورته التى تزعم أن رجلا رفع عقيرته محيياً صديقاً له على الجانب الآخر من نهر الفولجا فى أحد أيام الشتاء القارسة البرودة . ويقول البارون إن البرد كان شديداً جداً لدرجة أن الكلمات تجمدت قبل أن تعبر النهر وتصل إلى الشاطئ الآخر ، وأن هذه الكلمات لم تسمع حتى جاء الربيع فساحت مع ذوبان الثلج وانطلقت إلى غايتها !

والبعد المعنوى للكلمة أهم من بعدها المادى ، فعندما نقول إن الكلمات لها معان ، فإن ذلك يعنى أن الناس اتفقوا على أن كلمة معينة مثل « الغلالة » تدل على الثوب الرقيق الذى يلبس تحت ثوب ضيق ، وهنا تتضح علاقة اللغة بالتعبير الإعلامى ، حين يكون الهدف منها هو نقل المعلومات .

وإذا كان مفهوم الإعلام قد ظل زمناً طويلاً غير محدد ، فإن نظرية ظهرت فى الأعوام الأخيرة تسمح لنا بأن نقوِّم موضوعياًّ كمية المعلومات التى تتضمنها أى رسالة سواء أكانت الرسالة تقريراً عن موضوع ما أم قصيدة للعقاد أم حديثاً تليفونياًّ أم مقطوعة موسيقية لعبد الوهاب أم تنبؤاً بحالة الطقس أم اكتشافاً يحقق ثورة فى ميدان العلوم . وتسمى هذه النظرية باسم نظرية الإعلام التى انبثقت من مشكلات عملية خالصة ، فوضع العالم الأمريكى كلودشانون عام ١٩٤٨ أساس نظرية الاحتمالات فى الإعلام ، وبعده بدأ الكثير فى تطبيقها فى مجالات واسعة من العلوم .

وكان أساس نظرية المعلومات الرياضية هو مفهوم عدم التحدد أو الانطروب Entropy ويذهب «ا.كندراتوف» إلى أن «شانون» هو صاحب الفضل فى إدخال مبدأ القياس الكمى للمعلومات التى يحتويها اختيارنا لأحداث بعينها من ين سلسلة كبيرة من أحداث تقع وفق احتمالات مختلفة. ووسائل الاتصال تفيد فى نقل المعنى، فهى ليست مجرد مركبات من أحرف أو رموز لشفرة اصطلاحية، إن أول أهداف الاتصال اللغوى هو نقل المعنى،. والسياق هو الذى يعين قيمة الكلمة، إذ أن الكلمة. كما يقول «فندريس» توجد فى كل مرة تستعمل فيها فى جو يحدد معناها تحديداً مؤقتا. والسياق هو الذى يفرض قيمة واحدة بعينها على الكلمة بالرغم من المعانى المتنوعة التى فى وسعها أن تدل عليها، والسياق أيضاً هو الذى يخلص الكلمة من الدلالات الماضية التى تدعها الذاكرة تتراكم عليها، وهو الذى يخلق لها قيمة «حضورية».

وإزاء انتشار وسائل الإعلام وإستخدام الكلمة مجهورة ومدونة، يبرز هذا السؤال:

هل اللغة وسيلة واضحة يمكن الاعتماد عليها فى اتصال الناس بعضهم بعضاً ؟ كيف نتأكد من أن ملايين الناس قد وعوا قصد المرسل ومعناه وما رغب فى توصيله إليهم ؟

يمكننا أن نستعمل قول العالم النمساوى «بوهلر»: إن الكلام دليل على الحالة العقلية للمتكلم ورمز للرسالة وتنبيه للسامع، ويظهرنا «ستيفن

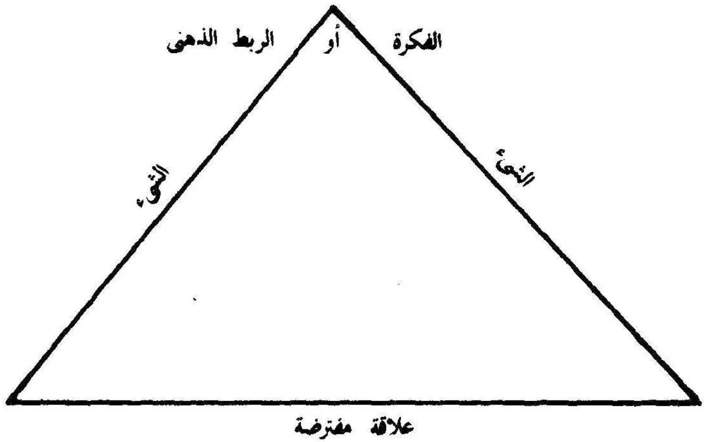
أولمان» على وظائف أساسية للكلام الإنسانى ؛ وهى أن **الكلام** : **معبر وموصل ومؤثر** ؛ ويتوقف الأمر على ما إذا كان الموضوع ينظر إليه من زاوية المرسل أو الرسالة أو المستقبل .

والكلمات – فى وسائل الإعلام – لها صورتان من الوجود : وجود بالقوة ووجود بالفعل . فكل كلمة – كما يقول «أولمان» أيضاً – تسمع أو تنطق تترك فى أثرها مجموعة من الانطباعات فى ذهن كل من المتكلم والسامع ، يشترك فيها الأول بطريق إيجابى ، وخاصة فى وسائل الإعلام ، بوصفه بادئاً بالاتصال ، والثانى بطريق سلبى ، بوصفه مستقبلا (بكسر الباء) .

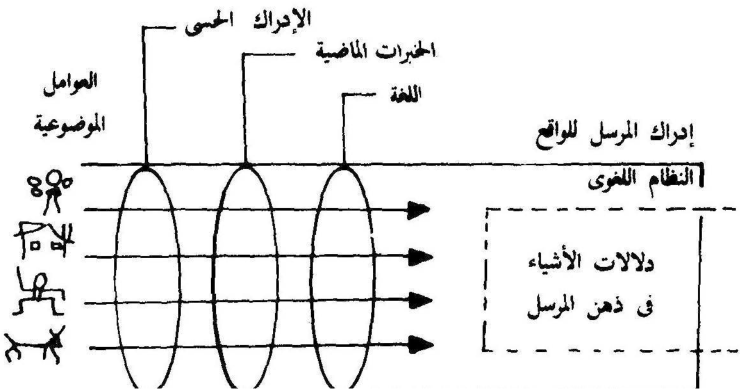
ويشكل المعنى المشكلة الجوهرية فى علم الإعلام اللغوى ، ويمكننا أن نفيد هنا من تحليل الأستاذين «أوجدن» و «ريتشاردز» فى كتابهما : «معنى المعنى» والذى يتمثل فى مثلثهما المشهور ، حيث يذهبان إلى وجود عوامل ثلاثة تتضمنها أية علاقة رمزية :

أولها : الرمز نفسه . . . وثانيهما : المحتوى العقلى الذى يحضر فى ذهن السامع حين يسمع الكلمة ، وهذا المحتوى العقلى قد يكون صورة بصرية ، أو صورة مهزوزة ، أو حتى مجرد عملية من عمليات الربط الذهنى ، طبقاً للحالة المعينة . وهذا ما سماه هذان العالمان : «بالفكرة» أو الربط الذهنى Reference وهناك أخيراً الشىء نفسه الذى ارتبط ذهنياً بشىء آخر ، وهذا الشىء قد سمياه «المرتبط ذهنياً» Referent . وقد

وضحت العلاقة بين هذه المصطلحات الثلاثة بصورة مثلث ، هكذا :



وربما يسعفنا النموذج التالى فى أن نقع على بعض الملاحظ حول علاقة اللغة والإدراك ، وعلاقتهما معاً بعملية الإعلام ككل :



وعملية الاتصال اللغوى فى الإعلام كما يدل عليها المصطلح ، تنطوى على القراءة والكتابة والكلام ، من خلال تحقيق جمع المعلومات ونقلها ، ولا يمكن للإعلامى أن يقوم بالمعجزات عند استخدامه لوسيلة الإعلام ، إلا أن عليه أن يفهم أسلوب الاتصال اللغوى فهماً صحيحاً . وينبغى أن يكون فى مقدوره مساعدة جمهور المستقبلين على فهمه أيضاً . فمن الواضح أن عملية الإعلام تتم عن طريق اللغة ، وقد ذكر (جون لوك) أن الكلمات تثير الشك والغموض ، ومعنى أغلبها غير مؤكد ، بحيث إننا لو شغلنا أنفسنا بالكلمات وبقينا نحوم حول أسماء الأشياء فلن يكون غريباً أن تضل الكلمات السبيل ، فالمستقبل قارئاً وسامعاً يعرف القليل عن أهمية معانى الكلمات وعن أهمية الارتباك الناشئ عن تفسير كلمات الآخرين. فيكون إذن على الإعلامى أن يساعد المستقبل على إدراك أسلوب الاتصال .

يقول «شرام» إننا عندما نتصل بغيرنا فإننا نحاول أن نقيم مشاركة مع من نتصل به ، أو بعبارة أخرى ، أننا نحصل على المرسل والمتسلم لرسالة معينة (١) .

فالمرسل على حد تعبير «شرام» يحاول توصيل معلوماته أو مشاعره التى يحولها إلى كلمات مسموعة أو مكتوبة ، وبعد أن ترسل الرسالة يتوقع المرسل

(1) Wilbur Schramm, "Haw Communication Workes", The Process and Effects of Mass Comunication, University of Illinois Press, Urkana, 111, 1955, p. 3.

أنها قد رسمت فى ذهن المتسلم الصورة نفسها التى كانت فى ذهنه[1] .

لقد أصبحت وسائل الإعلام بالنسبة للإنسان المعاصر شيئاً مفروغاً منه ، ولكنه مع ذلك لا يتدبر فى أثر هذه الوسائل على تفكيره وسلوكه ، أو على سير مجتمعه ، غير أن هناك ما يدل على أن الكثيرين فى مجتمعنا المعاصر قد أصبحوا يدركون – على الأقل – أثر وسائل الإعلام . ففى السبعينيات ظهر مدى النضج فى النقد ، بحيث يبدو أن طوائف كثيرة من الشعب قد بدأت تفكر فى الإعلام ملياًّ ، وليس معنى ذلك أن كل نقد موجه إلى الإعلام مقنع – وفى الحقيقة أن تحديد المصطلح يحتاج بداءة إلى التعرف على طبيعة الإعلام الأساسية ؟[2]

وفى البداية يحتاج المصطلحان : «**اتصال واتصالات**» إلى إيضاح . فالاتصال ببساطة هو عملية الاتصال ، والاتصالات هى الوسائل التكنولوجية المستخدمة لتنفيذ هذه العملية . والاتصال – إذن – هو حقيقة أساسية للوجود الإنسانى والعملية الاجتماعية . بل إن الاتصال هو حامل العملية الاجتماعية ، وهو الذى يجعل التفاعل بين الجنس البشرى ممكناً ، ويمكن الناس من أن يصبحوا كائنات اجتماعية . وفى عملية الاتصال «نهدف إلى إحداث تجاوب مع الشخص المتصل به . وبعبارة

---

(1) Ibid., p. 4.

(٢) وليام ل . ريفرز وتيودور بيترسون وجاى و . جنسن (ترجمة الدكتور إبراهيم إمام) : وسائل الإعلام والمجتمع الحديث – القاهرة ١٩٧٥ .

أخرى نحاول أن نشاركه فى استيعاب المعلومات أو فى نقل فكرة أو اتجاه » [١] .

ووفقا لماورد بقاموس ويبستر عن تعريف الاتصال ، نجد أنه يمثل « عملية يتم فيها تبادل المفاهيم بين الأفراد ، وذلك باستخدام نظام الرموز المعروفة » . فالاتصال يتضمن تفاعلات متبادلة ، أولها يتمثل فى **إرسال واستقبال الرسائل** ،وثانيها فى **تحرير وفهم** تلك الرسائل ، والثالث فى المشاركة والتناغم مع أفكارها . وهذه التفاعلات يمكن تشبيهها بالمراحل المتداخلة التى تتضمنها الهندسة وعلما النفس والاجتماع ، فمن الناحية الهندسية نجد الوسائل يقصد بها إرسال واستقبال الإشارات . وهكذا ، على نحو ما يفصله أرفنج لوج وغيره من العلماء .

وإذا حللنا عملية الإعلام فى الاتصال بالجماهير وجدنا أنها تشتمل على خمسة عناصر رئيسية هى[٢] : **المرسل**الذى يصوغ فكرته فى رموز معينة ، ويبعث بها إلى **المستقبل** الذى يفك هذه الرموز ويفسر معناها ، ثم يستجيب لها معبراً عن رده أو انطباعه برسالة جديدة يصوغها فى رموز ، ويبعث بها إلى المرسل الأول الذى يستقبلها ويحل رموزها ويستجيب لها . وهكذا تدور دورة الاتصال وتشكل أهم خصائص المجتمع المتفاعل .

(1) Wilbur Schravam, ed., The Process and Effects of Communication (1960) p. 3.

(٢) دكتور إبراهيم إمام : الإعلام والاتصال بالجماهير القاهرة ١٩٧٥ ص ٣٠ وما بعدها

والواقع أن عملية الإعلام تجرى فى سلسلة ذات حلقات متماسكة ويؤدى ضعف أى حلقة فيها إلى ضعف السلسلة كلها . فالمرسل والمستقبل والرسالة ووسيلة الإعلام حلقات متصلة متكاملة فى عملية الإعلام .

فالمصدر أو المرسل أو المحرر ، ينبغى – كما يقول ابن وهب (١) – أن يكونوا « أصح ديانة وأكمل أمانة ، وأظهر صيانة ، لأنهم مأمونون على الدماء والأموال » وهو يقول هذا الكلام فى صدد حديثه عن « صاحب الخبر» فى الحضارة الإسلامية ، حيث يمثله بأنه «عين الوزير أو (المجتمع) التى ينظر بها فى رعيته ، ورائده فى مصالح من تحت يده . فليس ينبغى أن يتقدمه أحد فى الصدق والثقة والأمانة غير القضاة ومن جرى مجراهم « ومتى نصّب الوزير لرفع الأخبار من يخالف هذه الصفة ، فقد غشّ نفسه ، وأضاع الحزم فى سياسته ، وخان الأمانة فى رعيته . . وعلى الوزير أن يوسع على صاحب الخبر فى رزقه ويشترى بذلك دينه وأمانته ، ويعلمه أنه إنما فعل ذلك به من بين نظرائه ، لئلا تشره نفسه إلى أموال الرعية ، ولا يحتاج إلى استئكالها والتكسب منها » .

وقد عنى الباحثون المحدثون بدراسة هذا العنصر فى عملية الإعلام ، ويرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوى الأصل الأمريكى الجنسية «كرت لوين» فى تطوير ما أصبح يعرف بنظرية ، الحاجب

---

(١) ابن وهب (تحقيق الدكتور أحمد مطلوب) : البرهان فى وجوه البيان– بغداد ص ٤١٧ ، ٤٢٠ .

الإعلامي Gatekeeper ، حيث تصل المادة الإعلامية إلى الجمهور فى رحلتها الطويلة عبر نقاط أو «بوابات» يتم فيها اتخاذ قرارات بشأن ما يدخل وما يخرج ، وكلما طالت مراحل رحلة الأخبار حتى تظهر فى إحدى وسائل الإعلام ، ازدادت المواقع التى يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التعديلات عليها . لذلك نؤثر تعريب هذا المصطلح «بالحاجب الإعلامى» وليس «بحارس البوابة» كما يحب بعض الفضلاء ، لأن الدلالة العربية لكلمة «الحاجب» تقربنا من المفهوم الحديث ، فالحاجب كما يقول ابن وهب .

«هو المؤتمن على الأعراض ، وأداء الأمانة فى الأعراض أوجب منها فى الأموال ، لأن الأموال وقاية للأعراض» فكذلك ينبغى لوسائل الإعلام أن تجعل «حجابها» ممن صحت «عقولهم وغريزتهم ، وحسن خلقهم ، ولانت كلمتهم» وهؤلاء «الحجاب» هم الإعلاميون العاملون فى الوسائل المختلفة ، ذلك أن الرسالة تمر بمراحل كثيرة وهى تنتقل من المصدر إلى المستقبل ، ومن أجل ذلك عنيت الدراسات الحديثة بتناول تأثير الظروف المحيطة برجال الإعلام ، وتأثير النواحى المهنية عليهم ، والجوانب الفنية والمادية لعملهم[١] .

والمرسل فى نموذج الإعلام الإسلامى ، يجب أن يختار بعناية — كما

---

(١) انظر : د . جيهان رشتى : الأسس العلمية لنظريات الإعلام — ١٩٧٥ .

يقول ابن وهب[١] - حتى «يكون أفضل فى عقله ، وضبطه ، وأدبه ، وعارضته ودينه ومروءته . فقد كان يقال «ثلاثة يدل على أهلها : الهدية على المهدى ، والرسول على المرسل ، والكتاب على الكاتب» . وكان يقال : «رسول الرجل مكان رأيه وكتابه مكان عقله» . وكذلك جعل الله عز وجل - رسله أفضل خلقه ، وأخبر أنه اصطفاهم على العالمين ، فقال فى سورة الأنعام (الآية ١٢٤) : «الله أعلم حيث يجعل رسالته» .

وعلى المرسل أو الرسول فى عملية الإعلام أن «يؤدى ما حمل - كما قال الله عز وجل - : «فإنما عليه ما حمّل» [سورة النور ٥٤] وكما قال : «فهل على الرسل إلا البلاغ المبين» [سورة النحل ٣٥] . وإنما وجب عليه البلاغ ، لأن الرسالة أمانة ، فعليه تأديتها ، لأن الله عز وجل يقول : «إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها» [سورة النساء ٥٨] . وليس للرسول أن يزيد فى الرسالة ، ولا أن ينتقص منها ، لأن ذلك خيانة للأمانة ، إلا أن يكون المصدر فوض إليه أن يتكلم عنه بما يرى ، فقد قال الشاعر :

وان كنت فى حاجة مرسلا   فأرسل حكيماً ولاتوصه

ويذهب ابن وهب إلى أن المرسل - المصدر «عليه أن يتخير من الرسل من لا يكون فيه من العيوب التى يذكرها وهى : الحدة والحسد والغفلة ، والعجلة» فإن صاحبها يضع الأشياء فى غير مواضعها ، ويسبق

---

(١) نفس المرجع ص ٢٢٠ .

بها أوقات فرصتها . وقد قيل : « رُب عجلة تهب ريثا » .

وفى كتابنا الكريم آيات ينبغى أن يتمثلها المرسل فى الإعلام الحديث لما ترسمه من مثل عليا . قال تعالى : « **ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتى هى أحسن** » : (سورة النحل آية ١٢٥) . **فالإعلام يقوم فى الأصل على الإقناع ، والنظرية الإسلامية فى الإعلام** تنهى عن الإكراه ، قال تعالى : « **وإنّ الذين أورثوا الكتاب من بعدهم لفى شك منه مُريب . فلذلك فادعُ واستقم كما أمرت ولا تتبع أهواءهم ، وقل آمنتُ بما أنزل الله من كتاب ، وأمرتُ لأعدل بينكم ، الله ربنا وربكم ، لنا أعمالنا ولكم أعمالكم ، لا حجة بيننا وبينكم ، الله يجمع بيننا وإليه المصير** » (سورة الشورى آية ١٤ - ١٥) .

« **وقل للذين أوتوا الكتاب والأميين أأسلمتم ؟ فإن أسلموا فقد اهتدوا ، وإن تولوا فإنما عليك البلاغ ، والله بصيرٌ بالعباد** » (سورة آل عمران آية ٢٠) .

« **كذلك يبين الله لكم آياته لعلكم تهتدون . ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ، ويأمرون بالمعروف ، وينهون عن المنكر ، وأولئك هم المفلحون** » (سورة آل عمران آية ١٠٣ - ١٠٤) .

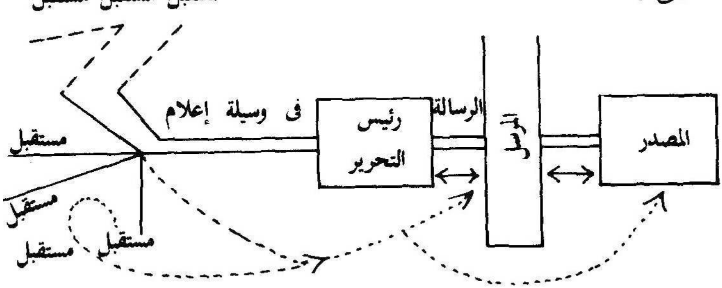
« **فإن أعرضوا فما أرسلناك عليهم حفيظاً ، إنْ عليكَ إلا البَلاَغ** » (سورة الشورى آية ٤٨) .

« **وما أرسلناك إلا كافة للناس بشيراً ونذيراً** » (سورة سبأ : آية ٢٨) .

كما نص القرآن الكريم فى آيات كثيرة على الأخلاق التى يجب أن يتميز بها رجل الإعلام بوجه عام ، والتى يتميز بها الرسول الكريم ﷺ ، بوجه خاص . ومن هذه الأخلاق : الصبر وحسن المعاملة والجدل بالتى هى أحسن والإعراض عن الجاهلين والمنافقين والبعد عن الغلظة . قال تعالى :

« فبما رحمة من الله لنت لهم ولو كنت فظاً غليظ القلب لا نفضوا من حولك » .

فإن تمتع المرسل فى عملية الإعلام بهذه الأخلاق الحميدة ، وكان إلى جانب ذلك متمتعا بمهارات اتصالية إعلامية بلغ لوسائل الإعلام مرادها فى الاتصال . حيث تنتقل الرسالة الإعلامية من المصدر إلى الجماهير خلال المرسل ووسيلة الاتصال التى يهيمن عليها المسئول كرئيس التحرير مثلا ، لكى يتلقاها بعض الناس مباشرة ، أو يتلقاها بعض القادة وحاملو المعلومات ، لنقلها إلى أصدقائهم أو أتباعهم على النحو التالى :



فلابد للمرسل أن يضع رسالته فى شكل معين أو صيغة معينة من **الرموز** اللغوية ، ومن الطبيعى أن تحتاج هذه الكلمات إلى أجهزة نقل أو وسائل إعلام كالصحف والإذاعات والتليفزيون والسينما لكى تنتشر بسرعة ، ويتوقف ذلك بطبيعة الحال على مدى التناغم بين المرسل والمستقبل ، فإذا كان المرسل ضعيفاً فى استخدام الرموز اللغوية والتعبير بها ، أو ليست لديه المعلومات الكافية عن موضوعه ، فإن ذلك يؤثر على الاتصال . وإذا لم تحرر الرسالة بالطريقة الفعالة ، فإنها تقف فى سبيل نجاح الاتصال ، وعنصر « الرسالة » فى عملية الإعلام هو العنصر المحورى فى دراستنا للتحرير الإعلامى بوجه عام ، وفى دراستنا لعلاقة الإعلام باللغة بوجه خاص . وهو عنصر غير منفصل كما يبين مما تقدم عن بقية العناصر الأخرى ، ولكنه وثيق الصلة بالمرسل والمستقبل ومعرفة الهدف وفعالية وسيلة الإعلام ، وقدرة القارئ أو المستمع أو المشاهد على تلقى الرموز اللغوية . ومن أجل ذلك نجد أن نماذج عملية الإعلام تستهدف المعاونة فى تحليل « الرسالة » للوصول إلى « فهم عملية الاتصال ، معنية بالإفادة من الحواس الخمس ، فى فهم وإدراك مضمون الرسالة [١] » .

وإذا كنا ندرك ارتباط الإعلام بالحياة ، فإننا نجد أن التأكيد فيه

---

(1) Erwin P. Bettinghaus' "The S-M-C-R. Model Communication", *Research, Principles, and Practices in Visual Communication* (Departwent of Audio Visual Instruction, National Education Associution, 1960). p. 32.

موازٍ من ناحية علاقة مهارات الاتصال بالحياة . وقد وجد من الدراسات الحديثة أنه يمكن معاونة المحرر الإعلامى على محاولة التأكيد على نواحى الاتصال الأكثر حاجة ،فالمحرر الكفؤ لا يغفل دور اللغة فى نظرية الإعلام ، كما لا يهمل إثارة الاهتمام لأنه يدرك أن القابلية على جمع المعلومات والمواقف ونقلها أمر حيوى لجمهور الوسائل الإعلامية على اختلافها ، وهذا الجمهور يحتاج إلى القراءة الدقيقة المتمثلة ، ويحتاج إلى المشاركة فى الكلام المذاع . وليس فى مقدور رجل الإعلام أن يخترع المعجزات عند استخدام أسلوب الاتصال ، إلا أن عليه أن يفهم هذا الأسلوب فهماً صحيحاً ، وينبغى أن يكون كالمدرس من حيث مساعدته للجمهور على فهمه أيضا ، كما ينبغى أن يؤكد على التعاون فى الاتصال كما هى الحال فى المناقشة كذلك . فمن الواضح أننا نتصل ببعضنا البعض عن طريق الكلمات .

وإذا كانت « الوسيلة هى الرسالة » كما يقول « ماكلوهان » فإننا نقول بتحديد أكثر إن « اللغة هى الوسيلة » وهذا يعنى أن النتائج الفردية والاجتماعية لأية وسيلة من وسائل الإعلام تتوقف على تغير المقياس اللغوى الذى تحدثه كل تكنولوجيا جديدة ، ومن أجل ذلك يذهب « ماكلوهان » إلى أن « مضمون » أى وسيلة هو دائما وسيلة أخرى . فمضمون الكتابة هو الكلام ، وعلى نفس النحو فإن الكلمة المكتوبة هى مضمون المطبوع ، والمطبوع هو مضمون التلغراف . والواقع ، أنه من مميزات وسائل الإعلام

أن مضمونها يخفى طبيعتها ، ولذلك فإن منهج دراسة الوسائل لا ينظر فقط إلى « المضمون » بل إلى الوسيلة فى ذاتها ، وإلى القالب الثقافى الذى تعمل فى داخله .

ومن أجل ذلك اشتد الإحساس بالحاجة إلى لغة فنية جديدة أو بلاغة جديدة بعد ظهور السينما الصامتة ، كما يقول الدكتور يونس : « إذ كان من المفروض أن يتحول المسموع إلى منظور ، وأن يستغنى المتذوق عن الكلام ، بما يشاهده من الإشارات والحركات من الصور ومن الرموز . . . ولم يقف الأمر عند هذا الحد ، فقد أحس القوامون على الصورة المتحركة الصامتة ؛ بأن جماهير المشاهدين لا يقنعون بالمنظور على هذا النحو ، وكان من الضرورى أن تتوسل البلاغة الجديدة المنظورة بالكتابة ، فسجل الحوار لكى يستكمل المتذوق متعته من هذه البلاغة الجديدة».

ويقول الدكتور يونس : « إن الإحساس بوطأة الصورة الصامتة واقترانها بالكلام المدون قد خف ، عندما تم التزاوج بين الصورة والصوت ، وظهرت السينما الناطقة ، وتحول تسجيل الصورة من الأشكال والرموز والحركات والإمارات ، الدالة بذاتها على المشاعر والمواقف ، إلى اتجاه شبه واقعى ، لأن الفن الجديد يتوسل بالصوت والصورة معا . ولم يعد المتذوق فى حاجة إلى القراءة ببصره ، ولم يعد كذلك مطالباً بينه وبين نفسه بتفسير لتفاصيل الحركة ، واستحدثت

الإذاعة اللاسلكية آثاراً «حاسمة أيضا فى عالم الفنون ، وغيرت من مناهج البلاغة والتقويم ، وأصبحت كالسينما تعتمد على أساليب خاصة فى الكتابة إليها ، مع فارق واضح بينها وبين الصورة المتحركة الناطقة ، من ناحية الجماهير التى تفيد من البلاغة الجديدة ، ذلك لأن السينما تشبه المسرح ، من حيث إن الجمهور يحتشد فى صعيد واحد ، لتلقى الفن والتفاعل معه ، أى أن العقلية الجماعية تتغلب إلى حد ما على العقلية الفردية ، ويقتضى ذلك توقيتا محكما للعروض ، كما يقتضى إطاراً معينا وسياقا زمنيا ، لا ينبغى تجاوزه إلا بالحد المعقول . أما الإذاعة فالمستمعون إليها فرادى ، ولو اجتمعوا ، ففى أماكن اختاروها ولم تفرض عليهم»، ومعنى هذه الحقيقة ، كما يذهب إلى ذلك الدكتور يونس ؛ أن «الفرد تغلب عليه عقليته ، ولا يذوب تماماً فى العقلية الجماعية لجمهور المشاهدين ، ولذلك يتسم الحديث الإذاعى بأنه موجه إلى أفراد . . . إنه يختلف عن الخطبة ، ويختلف عن الحوار فى المسرحية أو الفيلم ، مع الاعتراف بمقتضيات التحول من بلاغة لها قواعدها وأصولها إلى أخرى لها شخصيات أخرى» .

والتليفزيون يعتمد على ما يسمى بالشاشة الصغيرة ، وهو «يجمع المسموع إلى المنظور ، ويستغل الصورة والصوت ، وأنه يفضل الإذاعة من هذه الناحية ، ويشبه السينما من ناحية المنهج ، ولكنه يختلف عنها فى أن ما يعرض يقدم إلى الناس حيث هم ، فينتقل إليهم ، ولا يكلفهم

مشقة الانتقال إليه» ، وهو يوجه إلى الأفراد فى إطارهم الاجتماعى والقومى، ولكنه بحكم ارتكازه على المنظور فى المقام الأول ، يقتضى من المتلقين له موقفاً سلبياً ، فهو ليس كالراديو ينقل الثقافة حتى للعاملين فى المصانع والمزارع والدكاكين . . إنه يتطلب استغراقاً كاملا أو شبه كامل ، لتتم الإفادة من عروضه . والتليفزيون على خطره ومكانته – كما يذهب إلى ذلك الدكتور يونس أيضاً – قد حول الناس من الحركة إلى السكون ، إلا أن الإذاعة والتليفزيون ينتميان إلى عائلة وسائل الإعلام السمعية البصرية ، بمعنى أنه فى استطاعة الاثنين أن يرسلا أصواتاً وصوراً تحمل رسائل متنوعة الأشكال هادفة إلى الكثير من الأغراض .

وقد كان لاختراع الراديو الترانزيستور وانتشاره الواسع وبسعر زهيد نسبياً أثره الهام فى جعل استقبال برامج الإذاعة من السهولة بمكان حتى فى المناطق الفقيرة التى لايوجد بها تيار كهربائى . وكما جاء فى أحد تقارير اليونسكو كان للسعر الزهيد الذى تباع به أجهزة الراديو الترانزستور أثره الفعال فى انتشار الراديو . أما فيما يختص بالتليفزيون فإننا نجد أنه قد بدأ يأخذ مكانه فى بيوت العالم وأخذت أجهزة الإرسال التليفزيونى تنتشر فى كل ركن من هذا العالم . ونجد أن البلاد الصناعية بها أكثر من شبكة تليفزيونية واحدة ، كما نجد أن سكان المناطق الآهلة بالسكان فى هذه البلاد المتقدمة يستطيعون أن يديروا مفاتيح أجهزتهم ليحصلوا على برامج خمس قنوات أو حتى عشر .

وأخذت النواحي الفنية فى الإرسال التليفزيونى تتطور ، وفى إطار الموجات الكهربائية الأرضية وباستخدام الإرسال العالى الذبذبات أخذ التليفزيون يزداد انتشاراً ، وتجوب الأجواء الآن أقمار صناعية إذاعية منها «الطائر المبكر» «مولنيا» و «انتلسات» وهذه الأقمار تقوم بإرسال البرامج الإذاعية والتليفزيونية داخل القارات وعبرها إلى قارات أخرى .

وإذا كان اختراع الإذاعة قد جذب اهتمام المفكرين مثل برناردشو ، فإن التطور المذهل فى وسائل الإعلام يقتضينا أن نؤصل البلاغة الجديدة ، من خلال دراسة طبيعة الجماهير التى تتلقى الإعلام ، والوحدات والأنماط التى تتألف منها ، وأن ندرك أن الكتابة ليست إلا وسيلة لتحويل المسموع إلى مرئى ، ثم إعادته بالاصطلاح أو الرمز إلى مرئى أيضاً ، ومن أجل ذلك نقول إن «اللغة هى وسيلة الإعلام» أو المنهج الذى تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل ، فاللغة اللسانية ، والإشارات ، والصور ، والسينما كلها وسائل لنقل الرسالة .

كذلك فإن الحواس الإنسانية – التى تعتبر وسائل الاتصال والإعلام امتداداً لها تفرض – كما يقول «ماكلوهان» – تبعية محددة على طاقتنا الذاتية ، وهى التى تتحكم فى إدراكنا وفى تجارب كل منا .

الفصل الثاني

الإعلام ولغة الحضارة

على الرغم من ارتباط عنصرى التفكير والتعبير معا بقوة فى عملية التحرير الإعلامى ، فإن هذا لا يعنى - على ما يقول « هوايتهد » - أن اللغة هى جوهر الفكر وماهيته . فكثيراً ما تقصر اللغة عن التعبير عن الأفكار من ناحية وعن العواطف والانفعالات من الناحية الأخرى . ومن هنا لم تكن اللغة اللسانية هى وحدها التى يعرفها الإنسان وإنما هناك لغات أخرى غير كلامية تستخدم أيضاً فى التحرير الإعلامى .

وها نحن أولاء نتحول عن التعرف على الطبيعة الأساسية للإعلام ، من حيث ارتباطه بالتعبير والاتصال ، ونواجه مفهوم الإعلام وماهيته ، قبل أن نتعرف على لغة الحضارة ، التى تحقق فى مجملها إنسانية الإنسان ، فى إطار مجتمع كبير ، يصبح فيه الإعلام حامل العملية الاجتماعية ، ويمكن الناس من أن يصبحوا كائنات إجتماعية .

والإعلام - كمصطلح - يعنى : تزويد الناس بالأخبار الصحيحة ، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ، التى تساعدهم على تكوين رأى صائب فى واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ،

بحيث يعبر هذا الرأى تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولها . ومعنى ذلك - كما يقول أستاذنا الدكتور إمام - إن الغاية الوحيدة من الإعلام هى الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحوذلك . ويقدم «أوتوجروت» تعريفاً للإعلام يقول فيه : «الإعلام هو التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها فى نفس الوقت» فالإعلام تعبير موضوعى وليس ذاتياً من جانب الإعلامى سواء كان صحفياً أو إذاعياً أو مشتغلا بالسينما والتليفزيون .

كما أن الإعلام لا يعنى الاتصال بكل الناس ، وإنما كما يقول ريفرز وزميلاه - ينطوى على اختيار الفئات - الجماعات أو الجماهير الخاصة التى يمكن أن تكون كبيرة تماماً من حيث العدد - داخل الجماهير . وتتلاقى وسائل الإعلام مع الجماهير ، عن طريق عملية اختيار متبادل . وتميل وسائل الإعلام لاختيار جماهيرها ، أساساً ، عن طريق المضمون . وتميل الجماهير أيضاً إلى الاختيار من بين وسائل الإعلام على أساس المضمون أيضاً ، ويمكن أن يختلف الجمهور الذى تجتذبه وسيلة إعلام ما ، اختلافاً تاما عن الجمهور الذى تجتذبه وسيلة أخرى ، ومع ذلك ، فمن الواضح ، أنه قد يوجد الكثير من التداخل بينهما . ويضم التليفزيون من بين عشاقه ، كثيرين ممن لم يقلبوا صفحات كتاب أبداً ، ناهيك بامتلاكه . وللصحف قراء ، نادرا ما شاهدوا فيلماً سينمائياً . والمجلة العادية

مثلا ، تستهدف مجموعة من القراء تتصف ببعض التجانس من بين السكان كافة ، وهم القراء الذين يشتركون فى المهنة أو الاهتمام أو الذوق .

وإذا كان لفظ «الإعلام» قد شاع فى حضارة العصر ، فإن ذلك لا يعنى أن الإعلام فن مستحدث ، وإنما هو كظاهرة اجتماعية يضرب بجذوره فى جميع مراحل تطور البشرية متطوراً معها ، مجدداً فى وسائله ، محققاً لأهدافه النابعة من احتياجات الجماعات البشرية ، فلا يزال الرجال والنساء – كما يقول «شرام» – يحيون أصدقاءهم فى الشارع ، ولكن أصبح من المألوف أيضاً أن يحيى المرء صديقاً بعيداً بالبريد أو التلغراف أو التليفون . وأن يوجه زعيم وطنى تحياته للسكان جميعاً عن طريق الإذاعة . ولا يزال الناس يعقدون الصفقات ولكن نشأ حول نظام المقايضة القديم إعلام ضخم معقد للشراء والبيع وللإعلان .

وإذا كانت الوظيفة هى التى تخلق العضو . . فإن الوظائف الإعلامية هى التى خلقت ما نسميه «بالأجناس الإعلامية» ، حيث لم تتغير هذه الوظائف على مر القرون فيما بين الثقافة القبلية وحضارة العصر ، وإنما – كما يقول «شرام» – : برزت مستحدثات وهياكل لتكبير هذه الوظائف ومد نطاقها . . نمت «الكتابة» حتى يحتفظ المجتمع برصيده من المعرفة فلا يضيع فى اعتماده على الاتصالات الشخصية أو على ذاكرة الشيوخ . ونمى فن «الطباعة» حتى تضاعف الآلة مايكتب الإنسان أرخص وأسرع مما يستطيع الإنسان نفسه أن يفعل .

والدور الذى قامت به «الكتابة» و «الطباعة» فى سبيل البحث عن الحقيقة - كما يذهب إلى ذلك «فندريس» - وهما كما هى الحال فى اللغة ، خليط من اختراعات عديدة قد حوكيت وتنوقلت وطبعت بالطابع الاجتماعى - فالكتابة قد خلقت أشياء متكلمة ، والطباعة أكثرت من عددها إلى غير ما حد وخلدتها . وهكذا أمكن للفكر أن ينتصر على المكان والزمان والموت ، ولكن كثيراً ما ينتهى التفكير المجرد إلى سراب وإلى الابتعاد عن الجادة . فالفكر فى هذه الحالة يجول فى «عالم غير مخلوق يرجع إلى عهد الإنسان البدائى» عالم الأفكار الذى هو أيضا عالم الألفاظ .

وطورت الآلات فيما بعد حتى لا يتقيد ما يمكن أن يراه الإنسان بالمكان أو الزمان ، وبتعبير «شرام» : اكتشف المجتمع فيما بين أيام القبيلة وعهد الحضارة العصرية ، كيف يشارك فى الإعلام وكيف يخزنه متخطياً بذلك المكان والزمان ليصون التاريخ من الضياع وليزيد كمّ المجتمع الفعال من العشرات إلى الملايين .

ليس فى الإمكان إذن - كما يقول «شرام» - أن نتخيل مجتمعاً متحضراً عصرياً يستخدم نمط التبادل الإعلامى الذى كان يستخدمه المجتمع القبلى ، كما أنه ليس فى الإمكان أن نتخيل قبيلة بدائية تستخدم النوع الذى يستخدمه مجتمع عصرى . فلكل مرحلة من مراحل المجتمع مرحلة الاتصال المناسبة لها ، وهنا نتلمس العلاقة الوثقى بين الإعلام ولغة

الحضارة من خلال استقراء التاريخ الإنسانى .

فالإعلام فن حضارى بالضرورة ، يتصل بأسباب الحضارة ، وينتشر أكثر ما ينتشر فى المناطق الحضرية ؛ فالبيئة القروية أو القَبلية المحدودة – كما يقول الدكتور إمام – تكتسب فيها المعرفة بالتجربة المباشرة والشخصية ، ولا يحتاج الأمر لأى وسيلة من وسائل الإعلام الحديثة ، على النحو الذى تقتضيه طبيعة نمو المجتمع ، وتنوع تخصصاته ، وتعقد مشكلاته ، حيث يغدو فن الإعلام ضرورة حتمية ، تبعد كل البعد عن الخبرة الفردية المباشرة . ثم لا يلبث هذا المجتمع المتحضر أن تظهر فيه فنون وعلوم وتخصصات بالغة التجريد والتعقيد ، فيصبح الإعلام حلاً لصياغة المعرفة بطريقة عملية واقعية . وهنا يقول الكاتب الأمريكى المشهور «والترليمان» : «إن المجتمع الحديث لا يقع فى مجال الرؤية المباشرة لأحد ، كما أنه غير مفهوم على الدوام ، وإذا فهمه فريق من الناس فإن فريقاً آخر لا يفهمه» . وهكذا تغدو لغة الإعلام لغة حضارية تسعى للشرح والتفسير والتكامل .

ذلك أن لغة الإعلام واحدة من أهم مذاهب صوغ العالم . فاللغة – كما يقول «كندراتوف» هى وسيلتنا الأساسية لنقل العلومات فى المجتمع البشرى . وهى تستطيع أن تفعل أكثر من ذلك إذ يمكنها أن تصوغ العالم ، ولذلك لا نبالغ حين نقول إن لغة الإعلام هى التى تصوغ الحضارة أو بمعنى آخر على سبيل المجاز ، وعلى حد تعبير «كندراتوف»

أيضا أنها بمثابة منشور تحليل الطيف الذى ننظر إلى العالم وحضارته من خلاله .

على أن اللغات المتباينة تعكس العالم الذى حولنا على نحو مختلف ، ولذلك يذهب « ورف » إلى أن المرء يتعلم لغته منذ طفولته المبكرة ، حيث يبدأ فى إدراك العالم من خلال إطار لغة الأم . ومهما يكن العالم الذى حوله غنياً ومتنوعا فإنه لن يرى ويدرك إلا تلك الظواهر التى لها مسميات فى اللغة . إن لغة الأم تحلل لنا العالم وحضارته وفق طريقتها الخاصة وتفرض علينا جميعاً هذا الطراز من التحليل وإدراك العالم . ويقول الألمان « صوغ العالم فى كلمات » .

وتتلخص فكرة « ورف » فى أن الناس لا يعيشون فقط فى نطاق عالم الأشياء الذى يحيط بهم وفى نطاق الحضارة والحياة الاجتماعية ، بل يعيشون أيضاً فى نطاق عالم لغة الأم . إننا نبنى حضارة عصرنا وفق « عالم اللغة » . وكل لغة ، على حد تعبيره هو ، تتضمن بالإضافة إلى مفرداتها وجهات نظر وأحكاماً مسبقة ضد وجهات نظر أخرى . وليس هذا كل شىء . إذ تخضع اللغات لأطوار من التغير منها تغيرات تطرأ على العالم الذى يحيط بمتكلمى تلك اللغة . وكى نكون أكثر دقة وتحديداً ، فإن العالم يبقى كما هو من الناحية الفيزيائية ، ولكنه يصبح عالماً آخر مغايراً فى الوعى البشرى .

ولكن هل هذا الفرض الذى طرحه « ورف » فرض صحيح ؟ هل

كان على صواب حينما قال إن كل لغة لها ميتافيزيقا خاصة بها ؟ هل تؤثر اللغة على التفكير؟

واضح - كما يقول «كندراتوف» أنها تؤثر فعلا ، بيد أنها تؤثر على تكنيك التفكير «أسلوبه» دون جوهره فجوهر الفكر أنه انعكاس للواقع الموضوعى . . للواقع الحضارى . . وهدف اللغة هو «التواصل» أى نقل المعلومات عن الواقع ، أى نقل الرسائل .

ويذهب علماء النفس إلى أن الطفل يبدأ فى إدراك العالم المحيط به حتى من قبل أن يكون هناك أى «تفكير لغوى» يدور فى ذهنه . وأخيراً وبعد أن يتعلم الطفل الكلام يبدأ فى استخدام لغته ليسمى خبرته الحسية المكتسبة بمسميات لغوية . فالأشياء تسبق الكلمات لا العكس . لقد كان «ورف» محقاً حين قال إن اللغة تؤثر على تفكيرنا فى ظروف معينة ، ويضيف «كندراتوف» إلى ذلك أنها تؤثر على نمط التفكير لا جوهره ، وبالتالى فإنها تؤثر على سلوك الناس . ولكن «ورف» نسى حقيقة أخرى أكثر أهمية وهى أن الفكر يتأثر بالواقع أى يتأثر بالخبرة العملية للبشر أو بالحياة والحضارة . إن الواقع الموضوعى الحضارى والحياة هما فى نهاية الأمر اللذان يلعبان دوراً رئيسياً وليست اللغة .

والإعلام هو التعبير الموضوعى عن الحضارة والحياة ، فوسائله هى المضاعفات الكبرى ، وكما استطاعت الآلة فى الثورة الصناعية أن تضاعف القوة البشرية مع أنواع الطاقات الأخرى ، كذلك تستطيع

أجهزة الإعلام الآلية فى ثورة الاتصال أن تضاعف الرسائل الإنسانية إلى درجة لم يسمع عنها من قبل . ويبين لنا «شرام» كيف أن وجود وسائل الاتصال الجماهيرية يحدث فارقاً له دلالته فى مستوى الإعلام حتى بين أولئك الذين لا يستطيعون قراءة الكلمة المكتوبة والذين لا تيسر لهم الوسائل الإلكترونية .

لقد ظل الإعلام طوال تاريخه كله فعالا فى محاربة التميز ، على حد تعبير شرام : «فدلالة تنمية الطباعة فى القرن الخامس عشر ليست فى أنها حولت الثقل الذى ظل قرونا طويلة على الاتصال المنطوق المباشر ، حولته إلى الاتصال البصرى المنسوخ على نطاق واسع – لم تفعل ذلك فحسب ، بل مدت ، وهو الأهم ، نطاق المعرفة فلم تعد مقصورة على حفنة من المحظوظين . وأصبحت أداة الطباعة ما بين يوم وليلة أداة للتغيير السياسى والاجتماعى . الثورات التى اندلعت فى أوربا وشمال أمريكا ، لولا الطباعة لربما ظلت فى طى العدم . والمدارس العامة كان من غير المحتمل ، إن لم يكن مستحيلا ، أن تقوم لها قائمة ، لولا الطباعة . وظهرت فى القرن التاسع عشر تطورات جديدة فى الاتصال الجماهيرى لتقدم الإعلام والمعرفة لجماهير الناس فوق رءوس المحظوظين والخاصة من المتعلمين . الديمقراطية السياسية والفرص الاقتصادية والتعليم العام المجانى والثورة الصناعية والاتصال الجماهيرى تشابكت جميعها فى نسيج واحد لتحدث تغييراً عظيماً فى حياة البشر ومجتمعاتهم فى قارات عدة . والآن

يتحول الثقل مرة أخرى بفعل المستحدثات الإلكترونية فى الاتصال ، نحو الاتصال الذى يستطيع المرء أن يرى فيه ويسمع الموصل . لقد هيأت هذه المستحدثات للدول النامية قنوات ذات طاقات تستطيع بواسطتها أن تصل إلى جماهير أكبر من أن تحصى وأن تخاطب الجماهير غير المحظوظة برغم عائق الأمية وأن تعلمها مهارات صعبة بأن «تريها كيف تصنع» وأن تكلمها بفعالية لا تقل عن فعالية الاتصال المباشر» .

ولأن لوسائل الإعلام هذه القدرة الاتصالية الفائقة ، فإن العلاقة بينها وبين الحضارة تجسدها اللغة تجسيداً عملياً ، لأنها تعكس بطبيعة الحال حضارة الإنسان . فالحضارة - كما يقول الدكتور أحمد أبو زيد - «لا تنعكس فى شىء مثلما تنعكس فى الكلام واللغة ، بحيث يذهب بعض الكتاب إلى القول بأن كل ما يظهر فى لغة مجتمع من المجتمعات من نقص أو قصور هو دليل قاطع على مدى تخلف ذلك المجتمع فى ركب الحضارة . فالخبرة الإنسانية المتراكمة على مدى الزمن تنكس فى اللغة وتجد تعبيراً لها فيها ، سواء اتخذ ذلك التعبير شكل الكلام العادى أو الكتابة المعروفة أو الرسوم والنقوش التصويرية التى تركها الإنسان المبكر على جدران الكهوف أو حتى فى الإنجازات الفنية المختلفة من معمارية أو موسيقية أو حركية كالرقص والتمثيل الصامت ، ما دامت كلها تترجم فى آخر الأمر إلى ألفاظ وتصورات ومفهومات وما دامت تعبر عن مشاعرنا وأفكارنا وتنقلها إلى الآخرين . فاللغة حتى فى معناها الضيق

الدقيق الذى يقتصر على الكلام والكتابة ؛ عنصر أساسى فى حياة البشر ، إذ بدونها يصعب قيام الحياة الاجتماعية المتماسكة المتكاملة وبالتالى يستحيل قيام الحضارة بكل ما تعنيه هذه الكلمة من نظم اجتماعية وأنماط ثقافية وقيم أخلاقية ومبادئ ومثل ، بل وحياة مادية ومخترعات ، لأنها هى أداة التفاهم والإعلام اللذين هما أساس التعاون بين أفراد الجماعة » .

فكثيرون ممن يعيشون فى مجتمع تقليدى يرون صفة سحرية فى وسائل الإعلام الحديثة عند لقائهم بها لأول مرة . وهم على حق – فهى سحر – كما قال إفريقى حكيم « لشرام » ؛ لأنها « تستطيع أن تأخذ الإنسان إلى تل أعلى مما يمكن أن نرى عند الأفق ثم تجعله ينظر فيما وراءه » . وحتى عند زوال هذه النفحة السحرية فإنها تستطيع أن تعاون فى تحطيم قيود المسافة والعزلة وتنقل الناس من المجتمع التقليدى إلى « المجتمع العظيم » حيث تتركز العيون كلها على المستقبل .

وهذا يعنى افتراض وجود علاقة قوية بين الإعلام واللغة والحضارة ، ولقد درج الكتاب على الكلام عن « لغة الحضارة » (١) ، وكيف أن حضارة معينة بالذات تجد لها تعبيراً واضحاً وصادقاً فى ألفاظ ومصطلحات اللغة السائدة فى المجتمع الذى توجد فيه . فمفردات اللغة والأساليب والتصورات وبناء الجملة والتراكيب اللغوية والتشبيهات والاستعارات وما إلى ذلك فى المجتمع الصناعى الحديث الذى يتميز

(١) دكتور أحمد أبو زيد : « حضارة اللغة » مجلة **عالم الفكر** – الكويت أبريل ١٩٧١ .

بتعقد نظمه الاجتماعية والاقتصادية وبشعور أعضائه بفرديتهم الذاتية تختلف اختلافاً جذرياً عن مفردات اللغة وبنائها وأساليبها فى المجتمع البدوى القبلى الذى يعيش على الرعى والترحال والذى يرتبط الفرد فيه ارتباطاً وثيقاً بالجماعة القبلية التى ينتمى إليها بحيث تكاد شخصيته تفنى وتذوب تماماً فى تلك الجماعة .

ويذهب الدكتور أبو زيد إلى دراسة فكرة تتصل بموضوعنا من قريب ، وهى فكرة « حضارة اللغة » ، التى يشير إلى أنها مستعارة من عبارة عارضة وردت فى محاضرة للفيلسوف الرياضى الشهير « ألفردنورث وايتهد » ونشرها فى كتاب بعنوان « أنماط الفكر » . ويذهب الدكتور أبو زيد إلى أن ثمة حضارة معينة هى حضارتنا الإنسانية يرتبط وجودهاارتباطاً قوياً باللغة بحيث يمكن القول إنه لولا وجود هذه اللغة لما قامت هذه الحضارة ، أو لظهرت حضارة أخرى من نوع مختلف عن حضارتنا المعروفة ، فالجنس البشرى يمتاز على بقية الكائنات العضوية الحية - بما فيها القردة العليا التى تعتبر أقرب هذه الكائنات العضوية إلينا - بالفكر واللغة ، وعلى الرغم من أن القردة العليا بالذات تعيش فى تجمعات يتميز بعضها بكبر الحجم ، وعلى الرغم من قدرتها على تعلم بعض الحركات ومحاكاة بعضها ، فإنها تفتقر إلى اللغة وإلى الحضارة بالمعنى الذى نفهمه من هاتين الكلمتين .

وتأسيساً على هذا الفهم ، فإن اللغة فى النظرية الإعلامية عامل من

عوامل الحضارة ، ذلك أنها من أهم خصائص الإنسان ، فاللغة ، على حد تعبير الدكتور أبو زيد ، «أداة هامة من أدوات الحضارة وعامل أساسى فى نشأتها واستمرارها وتطورها ، وهناك بعض العلماء الآن يحاولون إثبات أن الشعوب التى تتكلم لغات مختلفة تعيش فى «عوالم من الواقع» مختلفة ، وأن اللغات التى يتكلمونها تؤثر بدرجة كبيرة فى مدركاتهم الحسية وفى أنماط تفكيرهم ، وأنها بذلك وحسب تعبير «سابير» تكون هى العامل الأساسى فى توجيه الحقيقة الاجتماعية أو الواقع الاجتماعى الذى يعيش فيه الناس الذين يتكلمون تلك اللغات ، فالناس لا يعيشون فى العالم الموضوعى الخارجى وحده كما أنهم لا يعيشون فى عالم النشاط الاجتماعى فقط كما يظن الكثيرون من العلماء وإنما هم خاضعون لرحمة اللغة التى يتخذونها أداة أو واسطة للتعبير . فعالم الواقع أو الحقيقة يرتكز إلى حد كبير بطريقة لا شعورية على العادات اللغوية للجماعة ولا توجد لغتان متشابهتان تشابهاً كافياً بحيث تعتبران ممثلتين لنفس الحقيقة أو الواقع الاجتماعى ، فالعوالم التى تعيش فيها المجتمعات المختلفة عوالم متمايزة إذن وليست عالماً واحداً ألصقت عليه أسماء وعناوين مختلفة» .

على أن الإعلام يقوم بدور كبير فى تكوين الصور اللغوية ، الحضارية ، فكلما تحرك المجتمع التقليدى نحو العصرية فهو أيضاً يبدأ فى الاعتماد على الوسائل الجماهيرية . ونتيجة ذلك – كما يقول «شرام – إن حصة كبيرة من الآراء فيما يتعلق بالأشخاص ذوى الأهمية أو ذوى

الخطورة وكذلك بالأشياء ، المهم منها وغير المهم ، تجئ بالضرورة عن طريق وسائل الإعلام . فالصحيفة والراديو والمجلة ، وهى تقوم « بدور الديدبان على التل ، يتعين عليها أن تقرر ما تبلغ عنه . عملية الاختيار هذه – أى اختيار من تكتب عنه أو من تسلط الكاميرا عليه أو من تقتطف من أقواله أو ما تسجل من حوادث – هذه العملية تتحكم بدرجة كبيرة فيما يعرفه الناس ويتحدثون عنه » .

هذا أمر له دلالته بالنسبة للغة الحضارة فهو يعنى أن انتباه الجمهور يمكن أن يظل مركزاً على التحضر ، إذ يمكن أن يوجه الاهتمام من حين لحين إلى لفظ جديد ، أو سلوك حضارى ، أو مصطلح علمى ، أو إلى أسلوب يؤدى إليه التحول العصرى . فوسائل الإعلام – كما يقول « شرام » أيضاً – بتوجيهها الأنتباه إلى دلالات أو موضوعات من هذا النوع تستطيع أيضاً أن تتحكم فى بعض الدلالات التى يتم بشأنها الاتصال المتبادل بين الأشخاص .

ذلك أن عملية الاتصال الإعلامى ليست موقفاً ساكناً أو جامداً ، وإنما هى عملية دينامية ، بحيث تحتل اللغة فى مركب عناصرها الحضارية ، مكاناً ذا دلالة خاصة ، وهى تؤدى وظيفة ذات دلالة خاصة أيضاً ، فهى فى حد ذاتها نظام إعلامى ، وهى « الأداة الرئيسية التى تنتقل بها سائر تلك النظم الأخرى والعادات المكتسبة ، كما تتغلغل الألفاظ فى الصور ومضموناتها فى آن واحد ، وتتميز بتركيب خاص بها له

قابلية التجرد باعتبار اللغة «صورة» من – الصور. وذلك هو المعنى الواسع للغة ، فاللغة بهذا المعنى ، هى الوسيلة التى تتقمصها الثقافة فتبقى ، وعن طريقها تنتقل» (١) .

فعملية الإعلام ليست إلا عملية ترامز ، فهناك دائما مصدر يرسل الرموز بوسيلة من الوسائل ليستقبلها آخر فيحل رموزها ويفسرها . وفى كثير من الأحيان تصبح الرسالة الإعلامية حروفاً ميتة على الورق ، أو أصواتاً لا معنى لها ، عندما ينعدم الفهم وتكون الرموز غير مفهومة للمستقبل . يحدث ذلك أحياناً عند استخدام لغة مشتركة دون التزام بإطار دلالى حضارى موحد . فلكل جماعة ، بل لكل فرد مجموعة من التصورات والاتجاهات تتحكم فى سلوكه وفى نظرته للأشياء . فالإنسان يعيش فى عالمين : عالم خارجى موضوعى ، وعالم باطنى ذاتى هو مجموعة تصوراته للعالم الخارجى ، أو مجموعة المفاهيم والدلالات . ولا يستطيع الإعلامى أن ينجح فى تحقيق غرضه – كما يذهب إلى ذلك الدكتور إمام – إلا إذا عرف هذه العوالم الباطنية أو التصورات الخاصة أو الدلالات الحقيقية للأشياء فى ذهن المستقبل . ذلك أنه لكل فرد عالمه الخاص ، وتصوراته الذاتية ، المشتقة من بيئته وثقافته ، بما فيها وسائل الاتصال المختلفة .

فعند ما يشاهد البدائى طائرة لأول مرة ، لا يستطيع أن يدرك كنهها أو دلالتها الحقيقية ، ولكنه لابد وأن يكون لنفسه مدلولا على ضوء خبرته

(١) مجلة اللسان العربى ع ٣ ص ٥٤ – الرباط ١٣٨٥ هـ .

السابقة . وفى حدود إطاره الدلالى Frame of reference ليفسر هذا الشيء الجديد على ضوئه ، فهو يحسبها مثلا – طائراً غريباً . والإنسان يميل بطبعه إلى تنظيم المدركات ، وخلع المعانى عليها ، وفقا لإطاره الدلالى ، أو مجموعة خبراته ومدلولاته السابقة .ولا يمكن للإعلامى أن ينجح فى أداء مهمته ما لم يعرف حقيقة الأطر الدلالية للجماعات والأفراد [١] .

وإذا نظرنا للإعلام نظرة شاملة ، وجدنا أنه يتغلغل فى كيان الحضارة ، وتتم عملية الاتصال على مستويات مختلفة من حيث استخدام اللغة والرموز ، فالاتصال يتوسل بثلاثة مستويات للتعبير اللغوى :

أولها : المستوى التذوقى الجمالى الذى يستعمل فى الأدب .

وثانيها : المستوى العلمى النظرى ويستخدم فى العلوم .

وثالثها : المستوى الاجتماعى الوظيفى الهادف الذى يستخدمه الإعلام بأجناسه المختلفة .

وهذه المستويات الثلاثة موجودة فى كل مجتمع إنسانى . والفرق بين المجتمع المتكامل السليم ، والمجتمع المنحل المريض هو فى تقارب المستويات اللغوية فى الأول ، وتباعدها فى الآخر ، على نحو ما يذهب إلى ذلك الدكتور إمام : « فتقارب مستويات التعبير اللغوية دليل على تجانس المجتمع ، وتوازن طبقاته ، وحيوية ثقافته . ومن ثم إلى تكامله

---

(١) دكتور إبراهيم إمام : الإعلام والاتصال بالجماهير ص ٧٣ .

وسلامته العقلية . فمن الثابت أن العصور التى يسود فيها نوع من التآلف بين المستويات الثلاثة ، هى غالباً أزهى العصور وأرقاها . أما إذا كان كل مستوى لغوى بعيداً كل البعد عن الآخر ، فهو دليل على الانفصام العقلى فى المجتمع وهذا يؤدى إلى التدهور والانحطاط ، والشيخوخة والانحلال » .

ويذهب الدكتور إمام ، ونحن نذهب مذهبه ، إلى أن لغتنا العربية فى حاجة ماسة إلى الإثراء الفكرى والحضارى ، والتقارب فى المستويات الفكرية . ويقتضى ذلك أن نستخدم اللغة العربية فى ميادين الحضارة الحديثة بعلومها المختلفة . ولكى تساير اللغة العربية الحضارة الحديثة لابد أن تعبر عن الفكر الحديث ، وهى قادرة عـلى ذلك ، بدليل تلك الكتب العلمية العديدة التى أخرجها الاتحاد السوفييتى أخيراً ، وعبر فيها باللغة العربية عن علوم الذرة والفضاء والصواريخ فضلا عن الطب والهندسة والفنون .

وتبعة ذلك تقع على وسائل الإعلام بالدرجة الأولى ، لأن لغتها فى مستواها العملى الاجتماعى هى لغة الحضارة .

الفصل الثالث

الإعلام والفصحى المشتركة

« ١١ فبراير سنة ١٩٠٨ يوم الاحتفال بجنازة مصطفى كامل هى المرة الثانية التى رأيت فيها قلب مصر يخفق : المرة الأولى كانت يوم تنفيذ حكم دنشواى . .

« رأيت عند كل شخص تقابلت معه قلباً مجروحاً وزوراً مخنوقاً ودهشة عصبية بادية فى الأيدى وفى الأصوات . . كان الحزن على جميع الوجوه . . حزن ساكن مستسلم للقوة ، مختلط بشىء من الدهشة والذهول . . ترى الناس يتكلمون بصوت خافت وعبارات متقطعة وهيئة بائسة . . منظرهم يشبه منظر قوم مجتمعين فى دار ميت كأنما كانت أرواح المشنوقين تطوف فى كل مكان من المدينة . .

« ولكن هذا الإخاء فى الشعور بقى مكتوماً فى النفوس ، لم يجد سبيلا يخرج منه فلم يبرز بروزاً واضحاً حتى يراه كل إنسان . .

« أما فى يوم الاحتفال بجنازة صاحب « اللواء » فقد ظهر ذلك الشعور ساطعاً فى قوة جماله وانفجر بفرقعة هائلة سمع دويها فى العاصمة ووصل صدى دويها إلى جميع أنحاء القطر .

هذا الإحساس الجديد ، هذا المولود الحديث الذى خرج من أحشاء الأمة ، من دمها وأعصابها ، هو الأمل الذى يبتسم فى وجوهنا اليائسة ، هو الشعاع الذى يرسل حرارته إلى قلوبنا الجامدة الباردة « هو المستقبل » .

ولم يكن عجيباً أن يكتب قاسم أمين هذا الذى كتب . . ولم يكن عجيباً - كما يقول الدكتور هيكل - أن يحرك مصر من أقصاها إلى أقصاها الحزن لوفاة الزعيم الشاب ، ولو أن « التليفزيون » كان قد اخترع واستخدم أيامها ، لأحدثت وفاة مصطفى كامل ، ثم سعد زغلول من بعده ، دويًّا هائلا فى العالم بأسره ، كما فعل التليفزيون فى وفاة الرئيس الراحل جون كيندى فى الولايات المتحدة الأمريكية ، حيث تتمتع الإذاعة المسموعة والمرئية بنوع من المشاركة مع الجمهور ، والاقتراب الشخصى ، والإحساس بالواقعية التى تقترب كثيراً من الاتصال الشخصى بالمواجهة .

ولكن قبل سنة ١٩١٩ كان الخطيب يتحدث إلى ذلك العدد من الناس الذى يستطيع أن يتجمع فى حدود الاستماع إلى صوته فقط ، فكانت ساحة مدرسة الجمعية الخيرية تغص « بالوافدين عليها وكان يزيد عددهم على ٥٠٠ مستمع فى كل اجتماع » فى محفل الخطابة الذى كان يقيمه النديم ليلة الجمعة من كل أسبوع يخطب فيه منبهاً الرأى العام :

(١) جريدة التجارة فى ٢٣ أغسطس ١٨٧٩

« بنادينا خطابات المعانى نقدمها لأعيان البرايا
تأمل فتحت اللفظ معنى لتعلم كم خبايا فى الزوايا »

وإذا كان المحفل الخطابى يضم ٥٠٠ مستمع فى أواخر القرن الماضى ، فإن الإذاعة اليوم تستطيع أن تصل فورا إلى الملايين من الناس المنتشرين فى أماكن متناثرة ، من الكبار والصغار ، والمثقفين وقليلى الحظ من الثقافة ، والمتعلمين والأميين. والإذاعة كما يقول « Doob دوب » تتميز بقوة إيحائية لأنها وسيلة سريعة للنشر ، فهى تتفوق فى ذلك على الصحافة ومعظم وسائل النشر الأخرى ، وبذلك تنفرد الإذاعة بالسبق وأولوية النشر. وقبل الحرب العالمية الأولى ، لم تكن هناك أجهزة راديو فى البيوت المصرية ، ولكن اليوم - وفقا لآخر إحصاء عن سنة ١٩٧٠ - يوجد ٤,٠٠٠,٠٠٠ جهاز استقبال ، بمتوسط ١٣٢ لكل ألف ، وهو دون المتوسط فى العالم كله بمائة جهاز لكل ألف . وفى السنوات الأخيرة أتاح التليفزيون للملايين مشاهدة الأحداث التى كان لا يراها فى الماضى سوى بضعة أشخاص ، على حد تعبير « ريفرز وزميليه » فى كتاب « وسائل الإعلام والمجتمع الحديث » . . ووفقاً لإحصائية ١٩٧٠ ، فإن فى مصر ٤٧٥,٠٠٠ جهاز استقبال بمعدل ١٤ جهازاً لكل ألف ، وفى البحرين ١١١ لكل ألف ، وفى العراق ٣٧ لكل ألف ، وفى الكويت ١٤١ لكل ألف ، وفى لبنان ٩٣ للألف وفى سوريا ١٩ للألف ، وفى اليمن الديمقراطية ١٧ للألف . وترسل مصر أسبوعياً ١١٣ ساعة من ساعات

الإرسال التليفزيونى ، والجزائر ٤٠ ساعة غير إرسال خاص لأندية الشباب والمدارس يصل إلى ٢٠ ساعة وترسل تونس ٤٣ ساعة ويصل الإرسال الخاص إلى ٢٦ ساعة وترسل سوريا ٥٥ ساعة والعراق ٣٨ ساعة والأردن ٤٤ ساعة والكويت ٥٠ ساعة وقطر ٢٩ ساعة .

أما الوسائل المطبوعة ، فجماهيرها تحصى بالآلاف الكثيرة أو الملايين بدلا من المئات ، وفى وقت من الأوقات ، كان الكتاب ينسخ فى صبر . ولم يتوافر سوى للقلة القادرة ، واليوم فإن الإحصاءات العالمية — فى سنة ١٩٧٠ — تقول إنه فى كل دقيقة يصدر كتاب فى مكان ما من هذا العالم . ومعنى هذا أن إنتاج العالم من الكتب — كما يقول الأستاذ عبد المنعم الصاوى — تجاوز نصف المليون كتاب فى ذلك العام . وحين تشير الإحصاءات إلى الكتاب فهى لا تعنى نسخ الكتاب ولكن تعنى عنوان الكتاب ، دون حساب لما يطبع منه من نسخ . أما فى مصر فإننا نصدر كتاباً كل أربع ساعات كل يوم من أيام السنة ، وبهذا تكون النسبة بيننا وبين العالم هى نسبة الدقيقة ، وهى دقائق الأربع ساعات وهى نسبة تمثل ٤٪ من إنتاج العالم . فإذا كنا نمثل ١٪ من سكان العالم تقريبا . فمن باب الإنصاف أن نصدر قرابة ثلاثة أضعاف ما نصدره من الكتب . ذلك أن الإنتاج المصرى من الكتب يمكن توزيعه على المواطنين بمعدل ٦٠ كتابا لكل مليون وفى أوربا يتجاوز الـ ٥٠٠ كتاب لكل مليون وفى أمريكا يتجاوز الـ ٢٥٠ لكل مليون وفى الاتحاد السوفييتى يتجاوز الـ

٣٢٠ لكل مليون . ولو أخذنا المعدل العالمى فسنجده يتجاوز الـ ١٥٠ كتاباً لكل مليون فى حين لا نزال ننتج ٦٠ كتابا لكل مليون .

والصحف ، التى كانت لا تستهدف إلا القلة المثقفة ، تصل الآن إلى كل شخص تقريباً ، فيما عدا صغار السن . وفى مصر ١٥ صحيفة توزع ٧٧٢,٠٠٠ نسخة بمعدل ٢٣ للألف - الجزائر ٤ صحف توزع ١٨٥,٠٠٠ نسخة بمعدل ١٤ للألف والمغرب ١٤ صحيفة توزع ٢٤٣,٠٠٠ نسخة بمعدل ١٦ لـلألف - ولبنان ٥٢ صحيفة توزع ١٨٠,٠٠٠ نسخة بمعدل ٧٧ للألف - والكويت ٥ صحف توزع ٢٨,٠٠٠ نسخة بمعدل ٣٥ للألف - والسعودية ٥ صحف توزع ٥٦,٠٠٠ نسخة بمعدل ١٠ للألف - واليمن ٦ صحف توزع ٥٦,٠٠٠ نسخة بمعدل ١٠ للألف .

وتقول إحصائيات الدوريات التى تصدر من مرة إلى ثلاث مرات أسبوعياً ، والتى تصدر فى فترات أقل ، ولكنها منتظمة الصدور إن فى مصر ٢٨ دورية توزع ٦٣٥,٠٠٠ بمعدل ١٩ للألف - الجزائر ٦ دوريات توزع ١٢٨,٠٠٠ بمعدل ١٠ للألف المغرب ٥٢ دورية توزع ٢٥١,٠٠٠ بمعدل ١٨ لـلألف - الكويت ٩ دوريات توزع ٤٤,٠٠٠ بمعدل ٦٢ للألف - لبنان ٤٦ دورية - السعودية ٥ دوريات توزع ٣٨,٠٠٠ بمعدل ٥ لـلألف - اليمن الجنوبية ١٤ دورية توزع ٩,٠٠٠ بمعدل ٨ للألف . وهناك دوريات أخرى متخصصة تقول الإحصاءات

إن فى مصر منها ١٩٢ دورية متخصصة توزع ١,١٩٢,٠٠٠ – الجزائر ١٠٩ توزع ٢٣٨,٠٠٠ – المغرب ٢٨ توزع ٦٣,٠٠٠ – الكويت ١٥ – لبنان ٣٢٣ – السعودية ١٠ توزع ٤٣,٠٠٠ – اليمن الجنوبية ٨ توزع ٨٠٠٠ .

وقد حرصت الإحصاءات على تصنيف الدوريات موضوعيا ، وفيها أن فى مصر ١,٢٩٢,٠٠ نسخة ١٩٢ دورية توزع ، وتصدر فى الموضوعات التالية :

عام	٢٢	وتوزع	٢٦٧,٠٠٠
فلسفة وعلم نفس	٤٩	«	١١٠,٠٠٠
فنون عسكرية	٤٧	«	٢٢٤,٠٠٠
زراعة	٤١	«	٢٣٦,٠٠٠
ألعاب رياضية	١٤	«	١٠١,٠٠٠
أدب	١٣	«	٧٢,٠٠٠
أطفال	٥	«	١٧٥,٠٠٠

وقد تطورت السينما ، فى حدود ذاكرة الأشخاص الأحياء حتى الآن – كما يقول « ريفرز » من « طرفة غريبة »لا يشاهدها إلا عدد قليل ممن يستطيعون دخول قاعات العرض إلى وسيلة يشاهدها عدد كبير من الناس . فى الإحصاءعن سنة ١٩٦٩ أن فى مصر ١٦٥ داراً لعرض الأفلام مقاس ٣٥ مم ، وداريـن لعرض الأفلام مقاس ١٦ مم ، فيها

١٥٠,٠٠٠مقعد . ومعنى هذا أن هناك ٤,٦ مقعد لكل ألف مواطن ، وأن قرابة ستين مليوناً يدخلون السينما فى مصر كل عام ، وأن ذلك يعنى أن كل مواطن يدخل السينما أقل قليلاً من مرتين فى العام .

والأرقام التى تدل على أعداد جماهير وسائل الإعلام المختلفة مثيرة وضخمة ، ولكنها يمكن أن تكون مضللة أيضاً كما يقول « ريفرز » وزميلاه : فهى يمكن أن تعطى بسهولة انطباعاً بأن كل صحيفة ، وكل مجلة ، وكل كتاب ، وكل برنامج إذاعى ، يحاول أن يصل إلى جميع الناس . ولكن الصحف محددة بالموقع الجغرافى ، وجماهير كل محطة راديو أو تليفزيون محدودة أيضاً . وهى محصورة فى حدود أطوال موجاتها ، وجميع وسائل الإعلام مقيدة بأذواق الجمهور واهتماماته ودوافعه . .

ومهما يكن من شىء ، فالتطور المذهل فى ميدان الإعلام يمثل امتدادا للانتصارات التى حققتها اللغة فى سبيل تحقيق اتصال جماهيرى على امتداد واسع . أصبحت اللغة فى ظل الإعلام ذات قوة وسلطان ، لمالها من تأثير هائل على تفكير الأفراد والجماعات وعلى شعورهم وسلوكهم وإرادتهم ، وإذا كانت الدول العربية تعد حالياً لإطلاق قمر صناعى عربى ، يقوم بالربط التليفزيونى والإذاعى لاستخدامه فى الأغراض الثقافية والإعلامية ، فإن ذلك لا يفرض ارتقاء بمستوى البرامج فحسب ، وإنما يفرض عليها بالدرجة الأولى الارتقاء بمستوى اللغة

العربية ، والتى عاشت ككل لغة إنسانية مراحل التطور البشرى ، على النحو الذى يذهب إليه هـ. ج. ويلز ، حين جعل اللغة هى المحور الرئيسى لحركة التاريخ الإنسانى بأسره . وقسم هذا التاريخ أقساماً رئيسية : الأول عصر الكلام ، والثانى عصر الكتابة ، والثالث عصر الطباعة ، والرابع عصر الإذاعة . وأدخل فى اعتباره العوامل المساعدة لهذا المحور الرئيسى ، كاختراع البخار والكهرباء ، واقتران الطباعة بالإنتاج الآلى الكبير . .

وليس من شك فى أن ويلز كان من المبشرين ببلاغة جديدة وفن جديد ، على حد تعبير الدكتور يونس ، فقد أدرك أن التقدم الإنسانى يسير بخطى لاهثة ، وبخاصة فى التحكم فى الطاقات الهائلة . ولقد عبر عن حاجة العصر إلى لغة إعلامية جديدة لا تمثل بعثاً لنظريات قديمة ، أوعرضاً لنتائج العلوم التطبيقية على المجال الإنسانى ، ولكنها استجابة شرطية لما أفادته اللغة من طاقات جديدة . ويذهب الدكتور يونس إلى أن برنارد شو وهو قرين ويلز فى أدب الأجيال الماضية ، من الرواد الذين فطنوا أيضاً إلى وجوب البحث فى التراكيب اللغوية لكى يساير الهجاء مقتضيات الحياة ، ولكى يصور فى الوقت نفسه الواقع اللغوى ، الذى لا تحكيه الحروف الهجائية حكاية تامة ، فالاختلاف بين الجماعات والطبقات ، على المخارج والأصوات ، شائع وبديهى ، ولابد من الوصول إلى رموز ، فى حروف الطباعة والآلات الكاتبة ، تصور ذلك الواقع اللغوى ، ولابد فى الوقت نفسه من الاتكاء على الاختزال ، إفادة

من الوقت الضائع سدى فى الإملاء والتدوين والطباعة . وفطن برنارد شو إلى أن رجال الأعمال مالوا عن الأوامر المعروفة إلى الأوامر المكبرة صوتياً ، أو المسجلة بواقعها الصوتى ، وكاد يمس ما استشعرت الحياة أنها فى حاجة إليه ، وهو بلاغة جديدة ،

وتأسيساً على هذا الفهم نطرح اختباراً للبحث فيما يتعلق بأثر هذه المرحلة الإعلامية على الوطن العربى من جهة ، وعلى اللغة العربية الفصحى من جهة أخرى . .

فنجد أولاً : أن المرحلة الطباعية كان لها أثرها فى تفتيت العالم الإسلامى وتجزئته ، كما فعل العالم المسيحى الأوربى . . وبعد دخول الشرق الإسلامى والعربى مرحلة الطباعة ازدهرت الصحافة وحركة البعث ، ووجدنا مع ذلك أن الدعوات الإقليمية الضيقة تظهر فى أواخر القرن الماضى وأوائل هذا القرن ، وفى تقديرنا أن الدعوات العامية لا ترتبط بالإقليمية فحسب ، وإنما ترتبط بهذه المرحلة الطباعية من جهة أخرى .

ذلك أن الطباعة – كما يذهب إلى ذلك شاعر العصر الإلكترونى « مارشال ماكلوهان » – هى التى أنشأت روح الفردية وروح القومية فى القرن السادس عشر فى أوربا . فاختراع « جوتنبرج » حروفه المتحركة وتنضيدها المعروف فى أسطر مكونة من كلمات كان له هذا التأثير . فالحضارة تشتق طابعها من وسيلة الإعلام . الأمر الذى جعل القوميات الأوربية فى مرحلة الطباعة تلك ترتبط بالقضاء على « اللاتينية » ، وازدهرت

العامية وتحولت إلى لغات مستقلة ولذلك وجدنا المتأثرين بهذه الرؤية يدعون إلى الإقليمية من الوجهة السياسية كما وجدناها عند دعاة الإقليمية السورية أوالفرعونية وغيرهم ، ثم إن دعاة العامية ظهروا متأثرين فى ذلك بطبيعة المرحلة الطباعية أيضاً ، فدعوا إلى تعدد اللهجات واستخدامها لغات رسمية فى البلاد العربية لتنتهى باللغة العربية إلى ما انتهت إليه اللاتينية فى أوربا . وهيأت الطباعة لهؤلاء الدعاة مناخ دعوتهم إلى حين . ولذلك لا نستطيع أن نفصل بحال بين دعوات العامية والدعوة إلى كتابة اللغة العربية بحروف لاتينية حين نطرح افتراض الأثر الطباعى على الكيان الاجتماعى العام .

ونذكر أن أواخر القرن الماضى وأوائل هذا القرن قد شهد نهضة طباعية وصحفية فى الأقطار العربية ، وهى المرحلة التى شهدت دعوة « سبيتا » ١٨٨٠ ، و« ويلكوكس » ١٨٩٣ بمجلة « الأزهر » ؛ ومن تبعهم من المصريين مثل الأستاذ سلامة موسى ، وتنبأوا بموت الفصحى كما ماتت اللاتينية فى أوربا .

ولم يدرك هؤلاء المستشرقون ومن ذهب مذهبهم من العرب ، أن حركة التطور اللغوى فى الوطن العربى تختلف عما كانت عليه أيام القوميات فى أوربا – ولكن هؤلاء الدعاة اختلط عليهم الأمر ، حيث كان على العرب أن يدخلوا مرحلة جديدة من مراحل التطور الإعلامى الإنسانى ، ونعنى بها « المرحلة الإذاعية » التى استطاعت فيها البشرية أن تجعل اللحظة

المحدودة لحظة عالمية .

فإذا كانت الطباعة قد أدت إلى تفجيرات فى المجتمعات .وأصبحت فردية مجزأة ، وارتبط بتلك التفجيرات ازدهار العاميات والدعوات إليها ، فإن العصر الكهربى ليس عامل تفجير وتجزىء ،كما يقول ماكلوهان ، ولذلك نجد أن الراديو والتليفزيون أديا إلى التجمع والالتئام ، فنحن نعيش فى عالم أقرب إلى التكتل والتكامل مثل الدائرة الكهربية تماماً ، وقد انتعش الإحساس الجمعى والشعور بالعالمية فى هذه المرحلة الإذاعية .

ومن أجل ذلك نذهب إلى أن الدعوات إلى العامية فى مصر والبلاد العربية حين بلغت ذروتها في أواخر المرحلة الطباعية — إن جاز هذا الحسم التعسفى بين المراحل — كانت المرحلة الإذاعية تدق أبواب العالم ، وكان مغزى ذلك على الصعيد العربى الإيذان بميلاد «**قرية عربية**» من المحيط إلى الخليج ، إن جاز هذا التعبير . وهذا هو ما سيحققه بالفعل استخدام أقمار الاتصالات فى الإعلام ، مما يؤدى إلى انتعاش الإحساس الجمعى العربى ومقاومة الدعوات الإقليمية وما ارتبط بها من دعوات إلى العامية .

ومن هنا نجد أن المرحلة الإذاعية — على الصعيد العربى بخاصة — ترتبط **باللغة العربية الفصحى المشتركة** ، وطبيعة الإعلام الحديث تؤيد إلى حد كبير هذا الافتراض الذى نطرحه للمسار اللغوى العربى ، فالناس فى عصر الإذاعة المسموعة والمرئية لا يقنعون إلا بالمشاركة الإيجابية

والالتزام ، وهذا المطلب الاجتماعى يفرض على وسائل الإعلام التى تميز حضارتنا المعاصرة ، أن تكون لغتها - وخاصة بعد استخدام القمر الصناعى للاتصال الإعلامى - هى اللغة العربية الفصحى المشتركة التى تعبر عن ذلك الدور الفعال .

فوسائل الإعلام تتوجه إلى الجماهير الديمقراطية منذ بدايتها ، وبذلك فإن أصلح المستويات اللغوية لها ، هو ما يعود على بدء إلى المدركات الشاملة والانطباعات الفنية ، والعربية الفصحى المشتركة هى السبيل إلى ذلك لأنها لغة الحضارة الإعلامية . وهى كذلك بالقياس إلينا ، لأنها تقوم على استعادة الخصائص العربية العامة والإسلامية الخالصة ، وكذلك فإن هذه اللغة المشتركة هى التى تتجاوز حدود الوطن المصرى إلى جميع الناطقين بالعربية .

ومن اللازم فى لغة الإعلام - أن نفرق بين اللغة الفصحى واللغة الصعبة التى لا يفهمها إلا الأقلون . إذ ليس كل فصيح صعباً . ولا كل عامى ركيكاً سهلاً على سامعيه ، كما يقول العقاد رحمه الله .

واستعمال الفصحى لغة للإعلام ليس مطلباً عسير المنال فلغة الإعلام هى الفصحى السهلة المبسطة فى مستواها العملى . وقد امتازت وسائل الإعلام بإظهار خصائص العربية التى تمتاز بها بالفعل ، مثل المرونة والعمق ، وهى الخصائص التى تجعلها تنبض بالحياة والترجمة الأمينة للمعانى والأفكار ، والاتساع للألفاظ والتعبيرات الجديدة ، التى يحكم

بصلاحيتها الاستعمال والذوق والشيوع .

ونذكر من حديث نشر «بالأهرام» أجريناه مع أستاذنا الدكتور إبراهيم مدكور رئيس مجمع اللغة العربية ، أنه أكد أن الصحافة وغيرها من وسائل الإعلام قد حققت ما يهدف إليه المجمعيون من محافظة على سلامة اللغة العربية ، وهى قادرة على الوفاء بمطالب العلوم والفنون .

ويقتضى تعميم الفصحى المشتركة فى مرحلة الاتصال الإعلامى المعاصرة ، جهداً متواصلاً لتعميم هذه الفصحى المشتركة والإفادة من خصائصها الأصيلة . ذلك أن وسائل الإعلام هى التى تشكل مقياس نشاط الناس وعلاقاتهم ، وإذا كان مضمونها يخفى طبيعتها ، فإن «الوسيلة الإعلامية» ذاتها تتفاعل مع القالب الثقافى الذى تعمل فى إطاره .

ويذكر الدكتور ابراهيم أنيس أن للغة المشتركة صفتين :

أولاهما : أنها خاضعة لقواعد معينة تباعد ما بينها وبين التطور إلا ببطء شديد وفى زمن طويل ، وهى لهذا أسمى من لهجات الحديث اليومى المعتاد المتداول فى المنازل والطرقات والأسواق ، ولذلك يصطنعها من يريدون إجادة القول وإتقان الأداء ، كما يصطنعها رجال الإعلام والاتصال بالجماهير على أوسع نطاق .

وثانيتهما : أنها– كما عبر «هنرى سويت»– اللغة التى لا يستطيع السامع أن يحكم على المنطقة المحلية التى ينتمى إليها المتكلم.

وتتسم العربية المشتركة بسمات إعلامية ، فى مقدمتها أنها لغة مفهومة لدى العامة ، حيث لم تحل اللهجات الشعبية دون فهم ما يسمعون من نصوص الفصحى المبسطة ، كما أنها لغة ديموقراطية لا تخاطب الكبير بخطاب والصغير بخطاب آخر ، ولا تخلط بين ضمير الفرد وضمير الجمع ، فيقول سبحانه وتعالى : «أنا ربكم الأعلى» ويقول الرسول ﷺ : «إنما أنا بشر مثلكم» ويقول له الناس : «ما أنت إلا بشر مثلنا» . . وهى لغة عالمية ، اصطنعتها شعوب متعددة ، منذ استقرت الدولة العربية فى أواخر القرن الثانى وأوائل الثالث من الهجرة فأخذت بالطابع العربى ديناً ولغة وثقافة وحضارة . ويذهب الدكتور أنيس إلى أن خصائص العربية قد جعلتها أوسع اللغات انتشاراً فى العالم ، ويعدها المحدثون من اللغويين ثالثة لغات العالم الحديث من حيث انتشارها وسعة مناطقها .

وقد رحبت العربية فى أوج نهضتها بكثير من ألفاظ الحضارة ، واستغلتها فى المصطلحات العلمية ولغة الكلام ، وقد كان طبيعياً أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا هذه اللغة الحضارية ، ويحقق التحول العظيم بتضييق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتابة ، ويفتح الطريق أمام لغة الحضارة لتتسرب فى كل مكان ، وليكون لها فى التعبير الجماهيرى سلطان .

وإن هذا التحول لفرصة أمام حراس اللغة والمحافظين على سلامتها ،

لكى يبذلوا جهودهم للاستبدال بالعامى والدخيل من ألفاظ الحضارة بوجه خاص ، فإنهم إذا تضافرت جهودهم فى تلك السبيل – كما يقول المرحوم محمود تيمور . –أمكنهم أن يحيلوا اللفظ الحضارى كلمة مكتوبة ، والكلمة المكتوبة تصافح العيون فى الصحف والمجلات ، ثم هى تقرأ فتقرع الأسماع فى الإذاعة والتليفزيون والسينما ، ونتيجة ذلك أن يصبح اللفظ الحضارى طعاماً جماهيريًّا يسوغ فى الأفواه كما جرى على الأقلام » .

إن اللغة العربية الإعلامية إذن— هى اللغة المشتركة ، فلغتنا من أغنى اللغات الكبرى تراثاً ، وأطولها عمراً ، وأبقاها على الزمن اتصالاً ، وقد وسعت ما وصل إليها مِنْ معارف الأقدمين فى الماضى ، على حد تعبير المرحوم ساطع الحصرى ، وهى الآن تثبت قدرتها على الاتساع لثمار الفكر الإنسانى الحديث بل إنها تشارك بإنتاجها فى تنمية الثروة الأدبية والعقلية للعالم المعاصر .

وفى لغة الإعلام تحقق الفصحى المشتركة ذلك التقارب بين مستويات اللغة الثلاثة : العلمى والأدبى والعملى ، وهو الأمر الذى يواكب تذويب الفوارق بين الطبقات ، واشتراك طوائف المواطنين فى ممارسة الشئون العامة والنقاش فيها ، بمعاونة وسائل الإعلام .

ولا شك أن العربية الفصيحة قد كسبت من التطور العربى القومى والتطور الإعلامى مزيداً من النفوذ فى الاتصال الجماهيرى محلياً وعالمياً ،

وأصبح لها مكانها فى بعض المنظمات الدولية كلغة عمل ، ويستلزم ذلك أن تجتاز اللغة الإعلامية المشتركة المعادلة الصعبة بين التراث والمعاصرة ، وأن تسعى إلى التقريب بين مستويات التعبير اللغوى بحيث لا تكون مقطوعة الصلة بلغة التراث ولا تكون مقطوعة الصلة بلغة الحضارة .

وما دامت اللغة هى الرابطة الكبرى بين الإعلام والمجتمع ، فينبغى أن ننظر إليها نظراً علميًّا صحيحاً ، فاللغة ليست مجموعة القواعد التى نحصلها ونسميها بالنحو المتواضع عليه ، وهى لا يمكن أن تخضع لقواعد المنطق الصورى ، ذلك أن اللغة بمفهومها الاجتماعى سلوك فردى وجماعى ، كما يذهب إلى ذلك الدكتور يونس ، وتأسيساً على هذا الفهم فإننا ننظر لوسائل الإعلام على أن فى مقدورها أن تفيد من الفصحى المشتركة وفقاً للحاسة التى تتعامل معها ، سواء كانت هذه الوسائل مسموعة أو مقروءة أم مرئية ؛ فى إبراز الخصائص التعبيرية ، لأن اللغة الإعلامية فى حقيقة أمرها جزء من السلوك الاجتماعى ، كما أن اختيار لغة الإعلام فى «القرية العربية» الكبيرة مجرد فعل اجتماعى .

وإذا كنا قد انتهينا إلى أن «الوسيلة هى اللغة» فإن وسائل الإعلام هى امتداد للغة ، وعلى هذا النحو تكون أقمار الاتصالات امتداداً جديداً لوسائل الإعلام واللغة ، إذ تمد بغير حدود نطاق الإرسال الإعلامى ، الأمر الذى يؤدى إلى تدفق الإعلام ، والارتقاء بالذوق العام ، وتأصيل الثقافة القومية إلى جانب الاتصال بالثقافات العالمية ، وإثراء القيم الاجتماعية

والإنسانية وتحقيق الفهم المتبادل بين الشعوب .

وهنا يؤكد التطور الإعلامى على البلاد العربية أن تسعى إلى توحيد اللغة فى وسائل الإعلام كضرورة اجتماعية ، «فالمدنية وحدها هى التى تستطيع أن تنشر اللغة بين كتل عظيمة من البشر» على حد تعبير «رينان» . ولا تتفكك اللغة المشتركة وتتفتت إلا إذا تراخت العرى الاجتماعية التى كانت تمسكها ، كما يذهب إلى ذلك «فندريس» .

ولغة الإعلام فى عصر أقمار الاتصالات هى - كما تقدم - الفصحى المشتركة ، التى تتميز بنوع من «التوازن الدائم التغير بين الثبات والتطور» ، كما تتميز - إعلامياً - بأنها لغة وسطى تقوم بين لغات أولئك الذين يتكلمونها جميعاً ، الأمر الذى يبين بوضوح فى قيام قوميتنا العربية أساساً على وحدة اللغة .

ويذهب الدكتور إبراهيم أنيس ، تأسيساً على هذا الفهم ، إلى ضرورة استخدام الإمكانات الإذاعية ووسائل النشر والإعلام فى تحقيق اللغة العربية المشتركة ، التى تسود كل البلاد العربية ويحسنها قومها كتابة ونطقاً وأداء ، وتشد أبناءها بعضهم إلىَ بعض ، فتؤلف منهم مجتمعاً عربياً حريصاً على عزته وكرامته ، يشعر فى شعور واحد ، ويفكر فى عقل واحد ، فلا منازعات ولا خصومات ، بل سلام وحسن تفاهم ، وتآزر فى التصدى لأعدائهم الطامعين فى خيراتهم . فالقومية العربية لا تستلهم وجودها إلا عن طريق هذه اللغة ولا يتحقق دعمها إلا على أساس ذلك

اللسان العربى المبين .

فاللغة هى الأساس فى شعور الجماعة بانتماء بعضهم إلى بعض ، واشتراكهم فى نفس الذكريات سواء كانت تاريخية أو ثقافية ، بل اقتصادية أيضاً .

ولا غرابة بعد ذلك أن نرى مفكرى الألمان يؤمنون إيماناً قويًّا بأثر اللغة فى القومية . فهذا « هردر » يقول فى أواخر القرن الثامن عشر : « إن اللغة القومية بمنزلة الوعاء الذى تتشكل به ، وتحفظ فيه ، وتنتقل بوساطته أفكار الشعب . واللغة سواء قلنا إنها خلقت دفعة واحدة من قبل الله أو ذهبنا إلى أنها تكونت تدريجياً بعمل العقل ، لا يمكن أن نشك أنها الآن تخلق العقل ، أو على الأقل تؤثر فى التفكير تأثيراً عميقاً ، وتسدده وتوجهه توجيهاً خاصاًّ . والأدب الذى يسود بين الطبقات العليا من الأمة يعكس تأثيرات خارجية أو أجنبية ، ولكن لغة الشعب تمثل فى كل روح الشعب نفسه . إن لغة الآباء والأجداد بمثابة مستودع لكل ما للشعب من ذخائر الفكر والتقاليد والتاريخ والفلسفة والدين . إن قلب الشعب ينبض فى لغته . إن روح الشعب يكمن فى لغة الآباء والأجداد » .

والدعوة إلى اللغة المشتركة – فى نهاية الأمر – تتفق وطبيعة التطور الإعلامى ، فالضوء الكهربى والقوة الكهربية – كما يقول « ماكلوهان » – يلغيان عنصرى الزمان والمكان فى المجتمع الإنسانى ، تماماً كما يفعل الراديو والتليفزيون ، ويفرضان « مشاركة » فى العمق ، هذه المشاركة التى ينشدها

الإعلام فى الوطن العربى لن تتحقق إلا باستخدام «الفصحى المشتركة» ، التى تعمل على تقارب المجتمعات .

كما أن اصطناع وسائل الإعلام للغة الفصحى لتكون عروة وثقى بين الأقطار العربية كلها ، يجعل التطور أمراً محتوماً واضح الغاية . وعلى هذا الأساس سنجد تقارباً تحدثه وسائل الإعلام بالفعل ، كما يذهب إلى ذلك الدكتور «يونس» ، بين اللهجات التى نسميها بالعامية تجاوزاً وبين اللهجة الفصحى ، وتصبح بذلك اللهجة الفصحى أكثر مرونة مما كانت ، وتتخلص من كثير من الظواهر التى لصقت بها عن طريق التدوين ، وعن طريق التقعيد .

ووسائل الإعلام تعمل عن وعى على التقريب بين البلاد العربية ، وذلك بتقويم الألسنة الفصيحة ، وجعلها مسايرة للحياة . وتمضى وسائل الإعلام بالفصحى المشتركة لتحقيق شخصية الفرد العربى ، ولتحقيق شخصية الجماعة العربية ، مع الإبقاء على الخطوط البارزة للنحو العربى . وهنا يذكر الدكتور «يونس» الأديب المصرى المرحوم «إبراهيم عبد القادر المازنى» فقد استطاع بسعة اطلاعه ودقة حسه اللغوى ، أن يميز بعض الألفاظ والتراكيب ، التى تحاماها الكاتبون ، لأنهم ظنوها عامية حوشية ، لا تليق بالأدب الفصيح . ولكن المازنى عرف أولاً وقبل كل شىء ، أنها عربية الأصل ، وأنها على كثرة استعمالها فى الحياة اليومية تعد من المهجور فى التدوين ، وبهذا وفق المازنى إلى المزاوجة بين الفصاحة

والجزالة فى العبارة ، وبين إبراز اللون المحلى المصرى . والاقتراب من الواقعية اللغوية .

وهكذا يمكن القول إن الإعلام يتوسل بلغة الحضارة من أجل توثيق الوجدان الإنسانى ، وإظهاره ليس فقط فى مجال قومى عربى ، محدد بلغة فصحى مشتركة ، ولكنه يعين على التمكين لهذا الوجدان وتدعيمه أيضاً . فالإعلام حين يفيد من علاقات كثيرة فى المجال الاجتماعى ، يؤثر فى نفس الوقت فى الكيان الاجتماعى عن طريق اللغة .

الكتاب القادم

تاجور شاعر الحب والحكمة

علي شلش

رقم الإيداع	١٩٧٧/٥٤٥٠
الترقيم الدولى	ISBN ٩٧٧ - ٢٤٧ - ١٢٨ - ٠

١٦٣/٧٧/ق

طبع بمطابع دار المعارف (ج. م. ع.)